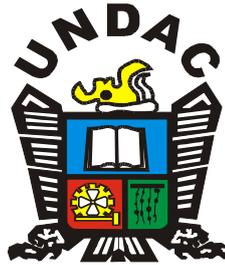


UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



**“INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y LA APLICACIÓN DE LA LEY
DE CONTRATACIONES DEL ESTADO EN LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE PASCO - 2015”**

TESIS

PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTADO POR:

Bach. Greisy Pamela, ESCURRA RICAPA

Bach. Hubert Alberto, HERRERA BERNABE

PASCO - PERÚ - 2015

**UNIVERSIDAD NACIONAL "DANIEL ALCIDES CARRION"
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**TITULO
"INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y LA APLICACIÓN DE LA LEY
DE CONTRATACIONES DEL ESTADO EN LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE PASCO - 2015"**

PRESENTADO POR:

**Bach. Greisy Pamela, ESCURRA RICAPA
Bach. Hubert Alberto, HERRERA BERNABE**

SUSTENTADO Y APROBADO ANTE LOS JURADOS

**Ms. Fortunato Tarcisio INGA JACAY
PRESIDENTE**

**Ms. Otto MENDIOLAZA ZUÑIGA
MIEMBRO**

**Lic. Adm. Irmer Herminio PALACIOS PANEZ
MIEMBRO**

Yanacancha, Diciembre 2015

Importante cumplir las metas, razón por la cual expreso mi eterna gratitud a mis Srs. Padres por su paciencia, apoyo y sobre todo por sus sabios consejos.

Greisy Pamela

Con mucho amor y cariño a mis seres más apreciados mis padres por darme la vida, por inculcarme la superación, la solidaridad y fundamentalmente por su gran comprensión.

Hubert Alberto

AGRADECIMIENTO

Agradecemos eternamente a nuestra Universidad Nacional “Daniel Alcides Carrión”, a nuestros maestros de la Escuela de Formación Profesional de Administración, por compartir sus conocimientos y brindarnos las herramientas para desarrollarnos profesionalmente.

Al Ms. Alfredo PAITA PANEZ, por su orientación, asesoramiento para la ejecución y hacer realidad el trabajo de investigación.

Consideramos importante agradecer también a los colegas de estudio de nuestras aulas universitarias al brindarnos su amistad, su apoyo y acompañamiento con sus inquietudes la misma que nos ha permitido lograr nuestras metas para ser profesionales y desarrollarnos constantemente.

Los autores.

PRESENTACION

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR:

En concordancia al Reglamento de grados y títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Formación Profesional de Administración de la Universidad nacional Daniel Alcides Carrión, ponemos en consideración la tesis **“INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y LA APLICACIÓN DE LA LEY DE CONTRATACIONES DEL ESTADO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PASCO - 2015”**, con el propósito de optar el título profesional de Licenciado en Administración. La investigación se ha desarrollado teniendo en cuenta que toda entidad pública atiende a usuarios y estas deben ser con bienes y servicios de calidad entregados en términos de cantidad, en forma oportuna y aun precio accesible, contando para ello la implicancia de la aplicación de la Ley de Contrataciones del Estado.

Sin lugar a dudas aspiramos que el trabajo de investigación sea de utilidad para la Municipalidad y diversas entidades de la región Pasco.

Los autores.

INTRODUCCION

Con un especial beneplácito nos permitimos presentar y poner en consideración la tesis **“INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y LA APLICACIÓN DE LA LEY DE CONTRATACIONES DEL ESTADO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PASCO - 2015”**, el título se fundamenta en el conocimiento del mercado que abastece con diversos productos y servicios a la municipalidad y que estos a su vez permiten cumplir con las competencias sobre suministro de seguridad, infraestructura local, mantenimiento urbano y recolección de residuos, y en cuanto al apoyo social le corresponde el programa del vaso de leche y que son financiados por las transferencias del gobierno regional, canon y recursos propios.

La investigación busca explicar las implicancias de la investigación de mercado en una correcta aplicación de la ley de contrataciones del estado.

Los temas están orientados a proporcionar una información de interés, por ello, se dividió el trabajo en cuatro capítulos.

El **Capítulo I, Planteamiento de Problema**, aquí se ha realizado el diagnóstico que ha motivado llevar a cabo la investigación, formulando del

problema, objetivos, justificación del estudio y limitaciones de la investigación.

En el **Capítulo II, Marco Teórico y Conceptual**, en esta parte se detalla el sustento científico por el cual se ha realizado el trabajo de investigación.

En el **Capítulo III, Metodología y Técnicas de Investigación**, aquí nos referimos a las técnicas empleadas para llevar a cabo la investigación abordando la población y la obtención de la muestra respectiva y naturalmente las técnicas que se han utilizado para la recolección, procesamiento y análisis de datos.

En el **Capítulo IV, Resultados Obtenidos**, presentamos el análisis de los resultados obtenidos haciendo énfasis en el grado de importancia que tiene la aplicación de la investigación de mercado en la aplicación de la ley de Contrataciones del Estado.

Los autores

INDICE

Pág.

ACTA DE SUSTENTACIÓN

DEDICATORIA

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Descripción de la realidad	11
1.2	Delimitación de la investigación	15
1.3	Formulación del problema	16
	1.3.1. Problema general	16
	1.3.2 Problemas específicos	16
1.4	Formulación de objetivos	17
	1.4.1 Objetivo general	17
	1.4.2 Objetivos específicos	17
1.5	Justificación de la investigación	18
1.6	Limitaciones de la investigación	19

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1	Antecedentes del estudio	20
2.2	Bases teóricas – científicas relacionados con el tema	26

2.3	Definición de términos básicos	53
-----	--------------------------------	----

CAPITULO III

METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1	Tipo y nivel de investigación	59
3.1.1.	Tipo de investigación	59
3.1.2.	Nivel de investigación	59
3.2	Método de investigación	59
3.2.1.	Método de investigación	59
3.2.2.	Diseño de la investigación	59
3.3	Universo y muestra	60
3.3.1.	Universo del estudio	60
3.3.2.	Universo social	60
3.3.3.	Unidad de análisis	60
3.3.4	Muestra de la investigación	61
3.4	Formulación de Hipótesis	62
3.4.1.	Hipótesis general	62
3.4.2.	Hipótesis específicas	62
3.5	Identificación de variables	63
3.6	Operalización de variables e indicadores	64
3.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	65
3.8	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	66

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

- | | | |
|-----|---|----|
| 4.1 | Descripción del trabajo de campo | 67 |
| 4.2 | Presentación, análisis e interpretación de resultados obtenidos | 68 |
| 4.3 | Contrastación de hipótesis | 88 |

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD

El 04 de junio de 2008 se publicó en el Diario Oficial “El Peruano” el Decreto Legislativo 1017, aprobando la Ley de Contrataciones del Estado. En la Segunda Disposición Complementaria Final estableció que en cuarenta y cinco días hábiles de esta publicación, y mediante Decreto Supremo refrendado por el Ministerio de Economía y Finanzas, se aprobó el Reglamento. Por otro lado, la Décimo Segunda Disposición precisó que esta normativa entraría en vigencia a los treinta días calendarios, contados a partir de la publicación del Reglamento y el ROF del Organismo Supervisión de las Contrataciones Estatales. Finalmente, la Única Disposición Complementaria Derogatoria estableció que a partir de

la vigencia de la presente norma se derogaba la Ley 26850, y sus normas modificatorias, así como a todas las que se opongan a lo dispuesto en el Decreto Legislativo 1017. No obstante estas disposiciones, el Reglamento de la Ley fue aprobado por Decreto Supremo 184-2008-EF y publicado el 01 de enero de 2009.

El Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado ha sido modificado en diversas ocasiones, la última ha sido realizada el 24 de abril del 2014 a través del Decreto Supremo N° 080-2014 -EF.

En nuestro país se desconoce la absoluta discrecionalidad al definir los términos de referencia, los criterios de evaluación, la puntuación efectiva y en fin, ha quedado demostrado en la historia que concentrar el poder en unos cuantos genera el grave riesgo del abuso y la corrupción.

Debemos añadir a ello, que los valores referenciales de los bienes, servicios y obras son incorrectos, evaluaciones parciales, impugnaciones resueltas sin considerar criterios legales sino de naturaleza subalterna, exoneraciones de procesos de selección para apurar la compra, contrataciones con reglas ajustas al proveedor.

Los gobiernos locales cuentan con profesionales con una calificación muy por debajo de lo requerido y un significativo déficit de profesionales

altamente calificados, los ciudadanos confían de muy buena fé en el funcionario, es por estos motivos que los procesos de selección se dilatan o frustran debido a errores incurridos en el proceso, tales como incumplimiento de preceptos mandatorios al momento de redactar las bases, originando observaciones y consultas a las mismas, así mismo se presentan errores al desarrollarse los actos públicos, en la evaluación de las propuestas; en la emisión de las resoluciones que se pronuncian sobre las impugnaciones, originando prestaciones adicionales o ampliaciones de plazo por un inadecuado pronunciamiento¹.

Cuando el reclamo llega a la última instancia administrativa, las partes se enfrentan ante el Tribunal de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, en donde, los vocales son nombrados sin concurso publico de méritos, estos son designados por el poder Ejecutivo, y que muchos de sus actuares van en contra de los intereses del estado.

El OSCE², en la “Eficiencia en compras estatales depende de los actores que participan en las contrataciones públicas”, establece, en lo que concierne a la contratación pública, si las especificaciones técnicas, términos de referencia y expedientes técnicos están correctamente elaborados por las entidades, si las bases de los procesos de selección están de acuerdo a normas y si los Comités Especiales llevan a cabo

¹ Revista Derecho & Sociedad

² Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado

correctas evaluaciones de ofertas la contratación pública no tendría por qué ser una traba y como consecuencia lógica se reduciría la procedencia de observaciones, denuncias y apelaciones³.

El OSCE indica que para revertir esta situación los gobiernos regionales deben de fortalecer técnicamente sus cuadros internos para que se garantice la correcta ejecución de los recursos públicos asignados, de manera que puedan contratar bienes, servicios y obras con la eficiencia y legalidad requerida.

El valor referencial, lo determina el órgano encargado de las contrataciones de cada entidad, para establecer el tipo de proceso de selección correspondiente y gestionar la asignación de los recursos correspondientes y se determina sobre la base de un estudio de las posibilidades de precios y condiciones que ofrece el mercado⁴, efectuado en función de análisis de los niveles de comercialización, a partir de las especificaciones técnicas o términos de referencia y los costos estimados en el Plan Anual de Contrataciones.

³ OSCE. En <http://portal.osce.gob.pe/osce/content/eficiencia-en-compras-estatales-depende-de-los-actores-que-participan-en-las-contrataciones-0>

⁴ Todo lugar, físico o virtual (como el caso del internet), donde existe por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicio. Por tanto, el mercado es el lugar donde se producen transferencias de títulos de propiedad.

La investigación de mercado es una técnica que nos permite recabar datos de las empresas que proveen de bienes y servicios para posteriormente interpretarlos y utilizarlos en el proceso de selección y esto nos permite tomar decisiones y lograr que los vecinos de la provincia o distrito estén cómodos con los servicios brindados.

El estudio de posibilidades que ofrece el mercado se realiza sobre la base de las características técnicas que son definidas por el aérea usuaria, debiendo tenerse en consideración, el valor referencial, la existencia de pluralidad de marcas y postores, información para determinar los factores de evaluación, la factibilidad de realizar reajuste de las características de los bienes o servicios a contratar, cabe resaltar que lo importante es la búsqueda de la eficiencia en la contratación⁵.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Teniendo en consideración la problemática a estudiar presentamos la delimitación siguiente:

DELIMITACION ESPACIAL

El espacio geográfico que ha abarcado el estudio de la investigación ha comprendido el Distrito de Chaupimarca, provincia y región de Pasco.

DELIMITACION TEMPORAL

⁵ Huancauqui Rodríguez, Edith y Ireijo Mltsuta Carlos, Expediente de contratación. Sub Dirección de Capacitación OSCE.

La investigación comprende el periodo de enero a octubre del 2015, siendo de carácter retrospectivo.

DELIMITACION SOCIAL

Consideraremos a los trabajadores que se encuentran en la condición de nombrados y en la Planilla sueldos y salarios de la municipalidad provincial de Pasco.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuáles son los factores de la investigación de mercado que influyen en la aplicación de la ley de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco - 2015?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- a)** ¿Cómo influye las cotizaciones de precio realizadas en el mercado en el plan anual de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco?
- b)** ¿Cómo influye la estructura de costos del proveedor en la determinación del valor referencial en la Municipalidad Provincial de Pasco?

- c) ¿Cómo influye el nivel de comercialización de los proveedores en el cumplimiento de los objetivos previstos en el Plan Operativo Institucional de la Municipalidad Provincial de Pasco?

1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Explicar los factores de la investigación de mercado que influyen en la aplicación de la ley de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco - 2015.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Describir cómo influye las cotizaciones de precio realizadas en el mercado en el plan anual de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco.
- b) Identificar como influye la estructura de costos del proveedor en la determinación del valor referencial en la Municipalidad Provincial de Pasco.
- c) Comprender como influye el nivel de comercialización de los proveedores en el cumplimiento de los

objetivos previstos en el Plan Operativo Institucional de la Municipalidad Provincial de Pasco.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Razones que motivan la investigación

La investigación de mercado es un enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de la toma de decisiones en la compra de bienes y servicios, tiene un fin práctico, el cual contribuirá en mejorar la aplicación de la ley de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco y particularmente en las instituciones comprendidas en la Provincia de Pasco.

A nivel social

La importancia de la investigación es a nivel social, dado que las compras que se realizan en las municipalidades son para cumplir con los planes y proyectos que resuelvan los principales problemas de la ciudadanía entre ellos de agua, caminos, parques, entre otros.

Relevancia futura

El estudio nos ha permitido conocer los factores de la investigación de mercado que determinan una adecuada aplicación de la ley de contrataciones del estado en la municipalidad provincial de Pasco, del

mismo modo servirá como fuente de información para las municipalidades del entorno, proveedores, profesionales, estudiantes y particularmente de otros investigadores que desean realizar trabajos de mayor profundidad.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

En el desarrollo de los trabajos de investigación, se presentan diversas limitaciones, destacando las de orden social, económico, laboral, de información; estos aspectos fueron superados en la ejecución de la investigación debido a la cercanía de la municipalidad provincial de Pasco y contar con las fuentes de información en la web y en algunos casos en nuestra Universidad.

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Los antecedentes para nuestra investigación lo encontramos en los trabajos de los investigadores siguientes:

- a) **Venegas Guerra, Herbert Augusto.** En su Tesis "Aanálisis y mejora de los procesos de adquisiciones y contrataciones de una empresa del estado en el sector hidrocarburos", Perú, (2013), las conclusiones se desprende en lo siguiente: Los procesos de adquisiciones y contrataciones en la empresa en estudio son procesos de apoyo; sin embargo, son indispensables para ésta,

debido a que permiten el aprovisionamiento de bienes y servicios que aseguran la continuidad de sus procesos de refinación, transporte y comercialización de hidrocarburos, así como también de sus procesos administrativos; En comparación con los demás procesos de adquisiciones y contrataciones de otras empresas del Estado, los de la empresa en estudio son menos burocráticos, debido a que se rigen bajo su Reglamento de Contrataciones; sin embargo, esto no significa una ventaja competitiva con respecto a las demás empresas, ya que en el presente estudio se encontró un número alto de procesos que no cumplen con los tiempos estimados por el Departamento de Logística de la empresa, así como también un consumo innecesario de recursos en actividades que no agregan valor al proceso; En el análisis de la situación actual se detectó una falta de monitoreo a los procesos; sin embargo, con algunas de las propuestas de mejora se implementarán puntos de control estratégico como en la etapa de consultas, lo que permitirá que la frecuencia de actividades de esta etapa se reduzca de 50% a 30% para los procesos por Competencia Mayor y de 14% a 8% los de Competencia Menor, así como también en la etapa de revisión de los Términos de Referencia y/o Bases Técnicas, lo que logrará una reducción total de la duplicidad de actividades por devoluciones de requerimientos; Se concluye que la gestión logística no sólo abarca al

Departamento de Logística, sino también al Originador, debido a que éste inicia la Cadena Logística al generar sus requerimientos de bienes y servicios, los cuales deben tener de manera clara las especificaciones técnicas y términos de referencia para llevar a cabo con normalidad un proceso de contratación; La metodología del costeo basado en actividades permitió determinar los costos de las actividades desarrolladas en los procesos de contratación de la empresa. Así mismo, gracias a la determinación de estos costos se pudo determinar los ahorros económicos que se generarían al prescindir de ciertas actividades que se repiten en el proceso o de otras actividades que no agregan valor a éste; Las propuestas desarrolladas permitirán la optimización de los procesos de adquisiciones y contrataciones de la empresa en estudio, contribuyendo a una reducción del tiempo total de ejecución del proceso en 41% para el proceso por Competencia Mayor, en 19% para el de Competencia Menor y en 20% para el de No Sujeto a Reglamento; Se concluye que el presente trabajo de investigación es rentable, obteniéndose una TIR de 35% y un valor presente neto de S/.8,666.91.

b) Neira Vela, María José. En su tesis “Investigación de mercado y propuesta para la introducción y comercialización de helados de quinua en Riobamba Urbano”. Ecuador, (2011). Concluye, los

principales consumidores de helados son los jóvenes, comprendidos entre 15 y 19 años de edad. La frecuencia de consumo en los ciudadanos riobambeños es de 39% en el caso de dos veces por semana y el 46% en una vez al mes. - En su gran mayoría los consumidores no cancelarían más de 50 ctvos. Por helado. Existe una gran demanda insatisfecha de helados de quinua en Riobamba urbano, puesto que tan solo 1 personas de las encuestadas los han probado. Lo que más atrae a la clientela de una heladería es la calidad de atención que reciben en el establecimiento.

c) Huaqui Condor y Urcos Janampa. En su Tesis “Influencia del control interno previo y simultaneo en la gestión de abastecimiento del Hospital Daniel Alcides Carrión Pasco - 2010”. Perú 2011. Concluyen: de acuerdo a los resultados de la investigación, se puede afirmar que el control interno previo y simultáneo influye en la gestión del Abastecimiento minimizando los riesgos como: economías en las operaciones, cumplimiento de la normatividad, oportunidad y calidad en la compra de los bienes y servicios; los objetivos que se establecen en el control interno previo y simultáneo no se cumplen en la gestión de Abastecimiento del Hospital Daniel Alcides Carrión Pasco, por cuanto: no hay economías en sus diversas operaciones; existe ineficiencia en sus

procesos; la información generada en la gestión de abastecimiento es inoportuna; inobservancia de la normatividad en sus operaciones; las deficiencias no se corrigen inmediatamente; influyendo desfavorablemente en la gestión de abastecimiento; en cuanto a la estructura orgánica de la entidad, los encuestados afirman: que no existe una adecuada estructura orgánica; que no se coordina entre las unidades para la adquisición de bienes o servicios solicitadas por las diversas áreas; no se cumple con formular el plan anual de adquisiciones y contrataciones del estado (PAC); existe incumplimiento en cuanto a ingresar los bienes adquiridos a almacén y estas no se ajustan a los requerimientos mínimos y especificaciones técnicas solicitadas por la unidad orgánica; tampoco se realizan los inventarios físicos de los activos fijos y de almacén; los bienes del activo fijo no son dados de baja oportunamente generando balances ficticios; carencia de un plan de mantenimiento preventivo de activos fijos para garantizar su funcionamiento; así mismo no se protege los bienes del activo fijo contra daños o pérdidas; influyendo desfavorablemente en la gestión de abastecimiento; respecto al nivel de implementación del control interno previo y simultáneo, esta no se encuentra adecuadamente implementado influyendo desfavorablemente en la toma de decisiones de la gestión de abastecimiento.

d) Chávez Muñoz, Mario A. En su Tesis “Propuesta de mejoramiento de la gestión de procesos para asegurar la calidad final de las obras publicas”, Perú 2006. Llega a la conclusión: la supervisión de obras públicas es una función muy importante en la fase de inversión de un proyecto de inversión pública. El supervisor o inspector debe controlar aspectos relativos a la calidad, al costo y al plazo de ejecución, a efectos de que el propietario disponga de la obra con la calidad deseada, costo pactado y en el plazo establecido. La estrategia para realizar una labor de inspección que cumpla con los aspectos de calidad, costo y plazo debe ser desarrollada considerando la planificación, la organización, la capacitación, la seguridad e higiene ocupacional, la evaluación, la toma de decisiones y las respectivas sanciones. Para ello el supervisor o inspector debe tener bien claro cuáles son sus obligaciones y responsabilidades, sus atribuciones y limitaciones, y un conocimiento pleno del expediente técnico de la obra, complementado con conocimientos de orden técnico, legal y administrativo y así impartir la justicia que las partes involucradas en una contratación pública esperan; por lo tanto, su criterio, buen juicio y sentido común, harán que la relación tripartita: Entidad contratante, supervisor o inspector y el ejecutor de la obra, sean las óptimas, en aras de lograr la calidad de la obra esperada.

2.2. BASES TEÓRICAS – CIENTÍFICAS RELACIONADOS CON EL TEMA

2.2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.2.1.1. DEFINICIONES DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

No es hasta la primera mitad del siglo XX que surge la Investigación de Mercado. La filosofía gerencial que guiaba a las organizaciones fue cambiando gradualmente la orientación hacia el consumidor que existe hoy. Durante el período comprendido entre 1900 y 1930, la preocupación principal de la gerencia se centró principalmente en los problemas y las oportunidades relacionados con la producción; entre los años 1930 y 1940, esta orientación cambió a los problemas y oportunidades relacionados con la distribución; a partir de los años 40 se incrementó la atención hacia las necesidades y deseos del consumidor. (Kinner, 1994).

A pesar de ello, el período 1910-1920 se reconoce como el comienzo formal de la investigación de mercado. (Lockleys, 1974). En 1911, George Frederick estableció una firma de investigación denominada "The Business Bours". Después de la segunda Guerra mundial, la actividad de la investigación de mercados creció, paralelamente a la creciente aceptación del concepto de marketing. En 1948, ya se habían formado

más de 200 organizaciones de investigación de mercados en los Estados Unidos.

Numerosos autores han desarrollado este concepto sobre la base de diferentes enfoques, algunos de los cuales se exponen a continuación:

Según Green, Tull y Albaum (1988), la investigación de mercado es:” la búsqueda y análisis sistemático y objetivo de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema en el campo del marketing”.

Por otra parte la American Marketing Association (AMA) (1995) la define como: La recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios.

Para Kotler (1991) la investigación de mercado se define como un enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y disposición de información para el proceso de toma de decisiones por parte de la gerencia de mercado.

Es el enfoque sistemático y objetivo al desarrollo y disposición de información para el proceso de toma de decisiones por parte de la

gerencia de mercadeo (Kinner y Taylor, 1993).

Por su parte Aguilar (1992) considera que la investigación de mercados es la recolección, tabulación y análisis sistemático de información referente a la actividad de mercadotecnia, que se hace con el propósito de ayudar al ejecutivo a tomar decisiones que resuelvan sus problemas de negocios.

Como se observa todos los autores con diferentes terminología mantienen una línea de pensamiento similar, que se pueden resumir en los siguientes aspectos:

- ✓ Análisis sistemático, metódico
- ✓ Análisis objetivo
- ✓ Suministro de información
- ✓ Toma de decisiones

Es un análisis sistemático, porque el proyecto de investigación debe ser un procedimiento constante con pasos ordenados y relacionados entre sí. La objetividad debe caracterizar la investigación de mercado cuando es neutral, no debe existir ningún tipo de compromiso a no ser la búsqueda de la verdad. La información es el resultado de la investigación y es la materia prima imprescindible para la toma de

decisiones de marketing. Ambos aspectos se relacionan entre sí.

Dicho de otra manera, la investigación de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos que analizadas y procesadas serán utilizadas en el proceso de toma de decisiones.

2.2.1.2. ENFOQUES Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

Como la investigación de mercado tiene el propósito de apoyar el proceso de toma de decisiones relacionadas con el marketing, esta puede estar orientada al estudio de diferentes aspectos como el mercado, los productos, el consumidor.

El consumidor:

- ✓ Sus motivaciones de consumo.
- ✓ Sus hábitos de compra.
- ✓ Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- ✓ Su aceptación de precio, preferencias, etc.

El producto:

Estudios sobre los usos del producto.

- ✓ Tests sobre su aceptación.
- ✓ Tests comparativos con los de la competencia.
- ✓ Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

El mercado

- ✓ Estudios sobre la distribución.
- ✓ Estudios sobre cobertura de producto en tiendas.
- ✓ Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- ✓ Estudios sobre puntos de venta, etc

La publicidad

- ✓ Pre-tests de anuncios y campañas.
- ✓ Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.
- ✓ Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.

2.2.1.3. METODOLOGÍA GENERAL PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La metodología para la realización de una investigación de mercado puede considerarse como una serie de pasos, denominados como el proceso de investigación, los que se describen a continuación:

- a.** Investigación concisa
- b.** Propuesta de investigación
- c.** Recopilación de datos
- d.** Análisis y evaluación de datos
- e.** Preparación y presentación del informe de investigación

La metodología de Kinner y Taylor (1998) para la realización de una investigación de mercado cuenta con nueve fases o etapas fundamentales, estas etapas son:

- a.** Establecer la necesidad de información
- b.** Especificar los objetivos de la investigación y la necesidad de información
- c.** Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.
- d.** Desarrollar el procedimiento de recolección de datos
- e.** Diseñar la muestra.
- f.** Recopilar los datos
- g.** Procesar los dato
- h.** Analizar los datos
- i.** Presentar los resultados de la investigación

Los elementos básicos en el proyecto de investigación de mercado se pueden presentar como una serie de pasos, según Cohen, Louis y Lawrence, Marion (1999), estos se muestran a continuación.

- a.** Establecer las necesidades de información.
- b.** Objetivos de la investigación y necesidad de información.
- c.** Tipo de investigación de mercado.
- d.** Fuentes de datos
- e.** Diseño de la muestra

- f. Medición y causalidad
- g. Recopilación de información
- h. Procesamiento de datos
- i. Análisis de datos
- j. Presentación de los resultados

2.2.1.4. ERRORES EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En cada paso del proceso de investigación de mercados, se pueden presentar errores que dan como resultado una información equivocada. El control de los mismos es crítico en la investigación de mercados. Básicamente hay dos tipos: errores muestrales y errores no muestrales.

Errores muestrales: Existen diferencias entre el valor de la muestra y el valor real de la población que representa. Esta diferencia se reconoce como error de muestreo.

El error de muestreo tiene dos propiedades que lo hacen útil al investigador, se puede medir y disminuye con el aumento en el tamaño de la muestra.

Errores no muestrales: Los errores no muestrales son todos los que se pueden presentar en el proceso de investigación de mercados, excepto el error de muestreo.

2.2.1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Los objetivos de la investigación se pueden dividir en tres:

✓ **Objetivo social**

Satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

✓ **Objetivo económico**

Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

✓ **Objetivo administrativo**

Ayudar al desarrollo de su negocio, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

2.2.2. CONTRATACIONES DEL ESTADO

2.2.2.1 SISTEMAS ADMINISTRATIVOS

De conformidad con lo establecido en la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo (LOPE), los Sistemas Administrativos tienen por finalidad

regular la utilización de los recursos en las entidades de la administración pública, promoviendo la eficacia y eficiencia en su uso.

El Poder Ejecutivo tiene la rectoría de los Sistemas Administrativos, con excepción del Sistema Nacional de Control; y debe adecuar el funcionamiento de estos sistemas al proceso de descentralización.

2.2.2.2 SISTEMA DE ABASTECIMIENTO

El sistema de abastecimiento definiremos como el conjunto constituido por objetivos, políticas, estrategias, normas, órganos y procesos, que tiene por misión procurar los recursos, los bienes, los materiales y servicios , a las entidades de la Administración Pública, permitiendo su acción dinámica, eficaz y eficiente, planifica, programa, implementa y controla el flujo eficiente y efectivo de los bienes y servicios y el almacenamiento de los productos necesarios para el funcionamiento de la entidad, en concordancia con los lineamientos básicos de las políticas públicas.

2.2.2.3 CONTEXTO DE LAS CONTRATACIONES DEL ESTADO

El Decreto Legislativo N° 1017, aprueba la Ley de contrataciones del Estado, publicada el 4 de junio de 2008; ley que contiene las disposiciones y lineamientos que deben observar las entidades del sector

público en los procesos de contrataciones de bienes, servicios u obras y regula las obligaciones y derechos que se derivan de los mismos.

Mediante Ley Nro 29873, se modifica el decreto Legislativo Nro 1017 que aprueba la ley de Contrataciones del estado, la ley se aplica a las contrataciones que deben realizar las entidades para proveerse de bienes, servicios u obras, asumiendo el pago del precio o de la retribución correspondiente con fondos públicos, y demás obligaciones derivadas de la calidad del contratante.

El valor referencial tiene carácter público. Solo de manera excepcional, la Entidad determina que éste tenga carácter reservado, mediante decisión debidamente sustentada, bajo responsabilidad del titular de la entidad. El valor referencial siempre es informado al Sistema Electrónico de Contrataciones del estado (SEACE).

- **Plan Anual de Contrataciones**, que deberá ser elaborado por cada entidad y preverá todas las contrataciones de bienes, servicios y obras que se requerirán durante el año fiscal, con independencia del régimen que las regule o su fuente de financiamiento, así como de los montos estimados y tipos de procesos de selección previstos

- **Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE)**, El OSCE organismo que reemplaza al Consejo Superior de Contrataciones y Adquisiciones del Estado (CONSUCODE), se define como un organismo público adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, con personería jurídica de derecho público, que goza de autonomía técnica, funcional, administrativa, económica y financiera, con representación judicial propia, sin perjuicio de la defensa coadyuvante de la Procuraduría Pública del Ministerio de Economía y Finanzas; y tiene, entre otras funciones, velar y promover el cumplimiento y difusión de la Ley de contrataciones del Estado, su reglamento y normas complementarias y proponer las modificaciones que considere necesarias.

- **Tribunal de Contrataciones del Estado**, como un órgano resolutorio que forma parte de la estructura administrativa del OSCE, cuenta con plena autonomía e independencia en el ejercicio de sus funciones, que entre otras son las de resolver, de ser el caso, las controversias que surjan entre las entidades, los participantes y los postores durante el proceso de selección; y aplicar las sanciones de inhabilitación temporal y definitiva a los proveedores, participantes, postores, contratistas, entidades y expertos independientes, según corresponda para cada caso.

- **Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado (SEACE),** Sistema electrónico que permite el intercambio de información y difusión sobre las contrataciones del Estado, así como la realización de transacciones electrónicas. Las Entidades están obligadas a utilizar este sistema, sin perjuicio de la utilización de otros regímenes especiales de contratación estatal que establezca el Reglamento.

2.2.2.4 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Comprende las siguientes etapas:

a) ENTRADAS

✓ **Requerimiento**

Es el documento al cual se adjuntan las especificaciones técnicas o términos de referencia y cantidad del bien y/o servicio requerido por la unidad usuaria.

✓ **Valor referencial**

Es el costo estimado aprobado por el usuario para la adquisición o arrendamiento de bienes y de obras, sobre la base de los precios de mercado, como resultado de la obtención de una o más fuentes de información.

b) TRANSFORMACIÓN

✓ **Elaboración de bases**

Es el documento que contiene el conjunto de reglas, aspectos administrativos, especificaciones técnicas, términos de referencia disposiciones formuladas por la entidad convocante, donde se especifica el objeto del proceso, las condiciones a seguir en la preparación y ejecución del contrato y los derechos y obligaciones contractuales que se originaran con el proveedor seleccionado.

✓ **Convocatoria**

La convocatoria se efectuara a través de su publicación en el SEACE⁶, junto con las bases, bajo sanción de nulidad de todos los actos desarrollados con posterioridad.

c) SALIDA

✓ **Contratos**

Es el acuerdo para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica dentro de los alcances de la ley de contrataciones del estado y del reglamento, en un sentido amplio, lo podemos definir como un acuerdo entre partes del que nacen obligaciones reciprocas para el que la ley establece normas y consecuencias jurídicas.

✓ **Ordenes**

⁶ Sistema Electrónico de Adquisiciones y Contrataciones del Estado

El jefe de abastecimiento y servicios de acuerdo al informe de los resultados del proceso de selección o al contrato suscrito, dispondrá elaborar, numerar y registrar, la orden de compra guía de internamiento o la orden de servicio, según corresponda, la que debe contener los requisitos y las condiciones establecidas en las bases y ofrecidas en el proceso de selección, las obligaciones de las partes o de ser el caso el número del respectivo contrato.

2.2.2.5 ESTUDIO DE POSIBILIDADES QUE OFRECE EL MERCADO⁷

Una de las instituciones que más relevancia tiene en materia de contratación pública es el análisis del valor de contraprestación que las Entidades Públicas (EP) están obligadas a determinar y abonar por el efectivo y correcto cumplimiento de las prestaciones contratadas.

Esta institución, estimamos, ha sido más desarrollada en esta nueva legislación y se han suprimido algunas características componentes que económicamente no tenían mayor relevancia; y por otro lado, se ha descrito – de una forma general – cuáles serían los requisitos de validez para tener legitimidad en el monto establecido como valor referencial.

⁷ Huancaqui Rodríguez Edith y Ireijo Mitsuta Carlos. Expediente de contratación. Subdirección de Capacitación del OSCE

Uno de los primeros artículos que hacen – indirectamente – referencia al estudio de las posibilidades que ofrece el mercado – en adelante, EPM – es el artículo 13º de la Ley⁸. En este artículo se precisa – y creemos, de forma muy acertada – que la formulación de las especificaciones técnicas deberá ser realizada por el área usuaria en coordinación con el órgano encargado de las contrataciones de la Entidad, evaluando en cada caso las alternativas técnicas y las posibilidades que ofrece el mercado para la satisfacción del requerimiento.

Como puede advertirse, con esta disposición el legislador ha comprendido que un estudio del precio de transacción responde al detalle del bien que se pretende adquirir, así como a las condiciones que ésta – la transacción – imponga. En efecto, la relación precio – bien estará influenciada sobre manera por las características técnicas que la EP determine a través de su dependencia usuaria. No es lo mismo adquirir una computadora de marca reconocida, que comprar una computadora sin marca, ensamblada. En el artículo 12º del Reglamento de la Ley se establece que el EPM se realizará sobre la base de las características técnicas definidas por el área usuaria y evaluará, entre otros aspectos, el valor referencial, la existencia de pluralidad de marcas y/o postores, la posibilidad de distribuir la buena pro, información que pueda utilizarse para la determinación de los factores de evaluación, la pertinencia de realizar ajustes a las características y/o

⁸ La Ley de Contrataciones del Estado

condiciones de lo que se va a contratar, de ser necesario, y otros que resulten necesarios por tener incidencia en la eficiencia de la contratación.

1. Fuentes de Información para el cálculo del valor referencial

El artículo 12º del Reglamento precisa que el estudio de posibilidades que ofrece el mercado tomará en consideración, cuando exista la información y corresponda, entre otros, los siguientes elementos: presupuestos y cotizaciones actualizados, los que deberán provenir de personas naturales o jurídicas que se dediquen a actividades materia de la convocatoria; nombres de fabricantes, cuando correspondan, a través de postales y/o portales y/o páginas web, catálogos, entre otros. Deberá emplearse como mínimo dos (2) fuentes.

Asimismo indica que tomará en cuenta, cuando la información esté disponible, datos como precios históricos, estructuras de costos, alternativas existentes según el nivel de comercialización, descuentos por volúmenes, disponibilidad inmediata de ser el caso, mejoras en las condiciones de venta, garantías y otros beneficios adicionales, así como también la vigencia tecnológica del objeto de la contratación de las Entidades.

Como puede advertirse, el tradicional concepto de que el EPM es sólo para determinar el precio de lo que se pretende adquirir, se ha extendido -como es lo económicamente correcto – a diversos componentes, y se ha establecido – como ya se había mencionado – otros como requisitos de validez.

Así, se ha precisado que este EPM no sólo determina el precio, sino que éste es sólo uno de los componentes; pero también se tiene como objetivo otros, que también son relevantes, como por ejemplo: que se determine si existe o no pluralidad de marcas y postores, analizar si el requerimiento de una entidad es de tal magnitud que los proveedores del mercado no pueden abastecer la totalidad y es necesario realizar una distribución⁹, realizar modificaciones en caso las detalladas por el usuario tengan errores (tal vez por los cambios tecnológicos) y corregirlos¹⁰; y finalmente estudiar y encontrar elementos que permitan una selección de propuestas eficientes, relacionando la calidad con el precio[13].

2. Procedimiento para el cálculo del valor referencial

⁹ Sobre este particular, es posible que una Entidad requiera una cantidad exorbitante de un bien determinado en un plazo muy corto, por ejemplo, una emergencia acaecida en el territorio nacional, y que la magnitud del requerimiento supere las posibilidades productivas de los productores o distribuidores individuales. En ese punto, el EPM arrojaría que ninguno de los potenciales postores estaría en posibilidad de abastecer individualmente con todo el requerimiento y en ese sentido, la entidad tendría que establecer, como una posibilidad, la distribución de la buena pro. Ahora bien, para ello, es indispensable cuantificar el requerimiento y establecer claramente que los postores pueden ofrecer la cantidad que estén en posibilidad de entregar y la forma en que el precio total (que puede variar entre los postores dependiendo de la cantidad ofrecida) será evaluado para otorgarle un orden de prelación.

¹⁰ Un ejemplo que podemos brindar es aquel requerimiento de una laptop que tenga incorporado una disquetera. Actualmente no existe este tipo de bienes, al menos no nuevas. En este supuesto, es más seguro que los proveedores hagan ver este detalle y soliciten precisiones de que es con puertos USB o que lo que pretenden adquirir no necesariamente sean nuevas porque pueden ofrecerse laptop con esas características de segunda mano.

El estudio de posibilidades que ofrece el mercado tiene que encontrar, como se ha señalado, algunos elementos vitales y no sólo el precio de transacción. Sin embargo, se ha establecido otras condiciones para que sea válido; como por ejemplo, la obligación de utilizar por lo menos dos fuentes, que pueden ser cotizaciones, estructuras de costos, folletos, páginas web, entre otros. En este orden de ideas, en principio, todos los EPM deben contener en su metodología el uso de dos fuentes, salvo que, de acuerdo con el Comunicado 002-2009- OSCE/PRE, no sea posible consultar más de una fuente¹¹.

Otra exigencia, si es posible de realizarla, es que el valor referencial del EPM debe estar basado en presupuestos y cotizaciones actualizados provenientes de personas naturales o jurídicas que se dediquen a actividades materia de la convocatoria. Sobre este punto, si se utiliza cotizaciones o presupuestos, éstos deben tener una antigüedad razonable¹² para no distorsionar los precios del mercado.

¹¹ Respecto del uso de por lo menos dos fuentes, el referido mencionado señala como posibilidad, como era evidente, que en algunas transacciones la investigación del precio no puede soportar la comparación de dos fuentes. Podemos señalar que en caso de impresiones, salvo que se trate del mismo requerimiento del año pasado, no es posible encontrar otra fuente debido a que el precio de esta prestación dependerá del tamaño de la impresión, los colores utilizados, el gramaje del papel, entre otros, y esos componentes no se encuentran en las páginas web de los contratistas o en precios históricos, salvo como hemos señalado que el requerimiento sea exactamente igual al del año pasado. Otro supuesto podría ser el estudio de una consultoría para elaborar un expediente técnico pues éste dependerá de algunas condiciones que no se repiten tales como calidad del terreno, diseño de la obra, sistema constructivo, diseño arquitectónico, etc.

¹² En relación con la razonabilidad de la antigüedad, el OSCE emitió la Opinión 042-2009-DTN mediante el cual señaló que si los precios históricos generan dudas respecto de la pertinencia la dependencia logística puede reactualizarlo. Si es posible reactualizar los históricos, es evidente la posibilidad de una cotización antigua también es aplicable pues el objeto de la opinión se centra en las dudas que pueden generar los montos arrojados dentro de un estudio de las posibilidades que ofrece el mercado.

Asimismo, el órgano encargado de las contrataciones debe asegurarse que quienes cotizan y envían los presupuestos sean empresas que tienen relación con el objeto de la convocatoria, lo que implicaría – aunque no se señala expresamente – que en temas previos al proceso de selección también deban asegurarse que quienes brindan información cuenten con experiencia en la prestación materia de la convocatoria. Eso quiere decir que dentro de la metodología las Entidades deberían solicitar información a quienes requieren cotización, para que éstas acrediten que las actividades que realizan en el mercado tienen relación con el objeto de la convocatoria; y esto se precisa pues no siempre esta información suele estar acreditada en la metodología de las EPM.

Otro de los aspectos que tiene que considerarse al establecer un precio es el nivel de comercialización en que se transan en el mercado. Si determinamos los precios en función de los productores y quienes participan en un proceso de selección son los distribuidores, es posible que ante la ausencia del productor como postor, el valor referencial no esté acorde con el monto en que se transa el bien a ese nivel.

En ese orden de ideas, la dependencia logística debe cautelar que el precio determinado no sea sólo el más bajo – que siempre será del productor o fabricante por estar en el primer peldaño de la cadena – sino que verifique que ésta posibilidad pueda ser materializada en el proceso

de selección. En otras palabras, debe confirmar que el productor o fabricante participa activamente en procesos de selección y que participará en este proceso.

Asimismo, debe analizar si aceptar el precio cotizado de un proveedor que no está inscrito en el RNP es idóneo para un proceso en particular pues si el precio es muy reducido es evidente que quien cotiza no podrá ser – salvo que tramite y logre su inscripción – contratista.

Es importante que la metodología que sea utilizada para la determinación del valor referencial verifique que los valores consignados en las diversas fuentes sean comparables entre ellas; nos referimos a las situaciones en las cuales las condiciones del sector público no se replican en una contratación privada, pues son otros costos y otras condiciones. Por ejemplo, un precio obtenido de un folleto responderá a una transacción rápida y será determinado por el precio unitario; mientras que una transacción en el sector público implicará un tiempo para desarrollar el proceso de selección y que la prestación deba cumplirse primero antes de proceder con el pago. En ese sentido, los costos involucrados no serán los mismos; por lo que los precios tendrán una tendencia a la variación entre un supuesto y otro, con lo cual compararlos sería distorsionar los precios que se transan en el mercado en ámbitos distintos.

La normativa de contratación pública no afirma de forma categórica que la metodología más eficiente sea determinar los precios más bajos, sino que hace una atingencia indirecta cuando señala que las contrataciones deben realizarse en las mejores condiciones de calidad y precio. Por tanto, puede inferirse válidamente que lo que se pretende es una contratación eficiente antes que una contratación barata, y que el precio elegido puede no ser el menor de los cotizados u obtenidos en otras fuentes, pero que tiene un sustento en temas de calidad o en mejoras a las condiciones en la prestación, como podría ser un cumplimiento más rápido. Por ejemplo, una obra que normalmente dura cuatro meses tiene un precio “x”, pero si lo quiero en menos tiempo, en sólo dos meses, ello implicará que se trabaje dos o tres turnos al día, lo cual generará un costo adicional a lo normalmente programado, que será mayor. Podemos apreciar que no porque se trate de la misma obra los precios tienen que ser iguales, sino que son las condiciones de la prestación las que determinarán el costo y el monto final del contrato.

En relación con los descuentos por volúmenes, esta posibilidad es sólo eso, una posibilidad. Las EP no pueden obligar a los proveedores a que se genere un descuento por el volumen transado debido a que esto es una regla en costos económicos, pero no es una obligación del proveedor respecto de sus consumidores, y resulta ser un tratamiento preferente por el volumen transado. Ahora bien, si el consumidor o adquiriente de los

bienes resulta ser un agente incumplido y cancela tarde los montos, entonces es evidente que los proveedores no verán con eficiencia brindar descuentos porque el riesgo de demora en el pago es muy elevado. Así, no resulta exigible que siempre y en todo EPM exista pues un descuento por volúmenes.

3. Pluralidad de marcas y postores

Existe un punto importante que debe acreditarse en la metodología de EPM y está referido a la acreditación de la existencia de pluralidad de marcas y/o proveedores. La pregunta es cuándo este componente queda acreditado fehacientemente, porque es posible que exista un universo de proveedores en el mercado, pero que no quieran participar en procesos de selección.

Esta situación es una que normalmente vive el sector público: sea por las razones que sea, existen agentes económicos que no ven atractivo contratar con el Estado y su negativa no siempre es expresa. Citemos un ejemplo: Se quiere contratar el servicio de almacenaje y se solicita cotizaciones a diversas empresas; pero ninguna de ellas contesta la solicitud. Es evidente que existe una pluralidad de marcas y proveedores. En este supuesto, ¿se ha acreditado la pluralidad de marcas y proveedores? ¿Qué sucede aquí?.

Aun cuando en el expediente de contratación, específicamente en el EPM, no se encuentre respuesta a las cotizaciones y solo se cuente con la cotización de quien viene prestando el servicio, ¿es posible determinar un precio? Estimamos que sí, que las explicaciones deben constar en el expediente mismo, pues no resulta razonable que una EP no pueda determinar un precio porque los agentes económicos no quieren responder a los pedidos de cotización. En este caso existen proveedores; sin embargo, no quieren ser contratistas del Estado.

Otra pregunta que se puede realizar es ¿A cuántas empresas debo cotizar para entender que existe pluralidad? ¿A una, a dos, a tres? Porque es imposible que se solicite cotizaciones a todas las empresas que existen en el mercado. Aquí, el criterio de la entidad debe primar y ser razonable en la elección del número de proveedores; excepto que internamente se haya dispuesto un número determinado; como por ejemplo, en una directiva o resolución ministerial para una entidad concreta.

4. Los ajustes a las características técnicas mínimas

Una vez efectuado el estudio de las posibilidades que ofrece el mercado, puede darse el caso de la necesidad de efectuar algunos ajustes, tales como precisiones a las características técnicas mínimas; por diversas

razones, entre ellas, el direccionamiento por falta de stock en el mercado, por discontinuidad del producto, entre otros.

Como señala el artículo 11° del Reglamento, el órgano encargado de las contrataciones, con la autorización del área usuaria y, como producto del estudio de las posibilidades que ofrece el mercado, podrá ajustar las características de lo que se va a contratar.

5. Sugerencias para el establecimiento de factores de evaluación

Una vez efectuado el estudio de mercado, el órgano encargado de las contrataciones puede sugerir factores de evaluación, que el comité especial al momento de formular las bases podrá tomarlos en consideración si lo estima pertinente, siendo entre otros, las mejoras adicionales sin costo.

El Resumen Ejecutivo, se elabora para presentar el estudio de posibilidades que ofrece el mercado durante la realización de los actos preparatorios de las contrataciones, el responsable es el órgano de contrataciones y es previo a la aprobación del expediente de contratación.

La Directiva Nro 004-2013-OSCE-PRE, precisa sobre la información relevante adicional del estudio de posibilidades que ofrece el mercado, entre ellos:

a) Bienes y/o servicios

- ✓ Fecha de inicio y culminación del estudio de posibilidades
- ✓ Indicar si existe pluralidad¹³ de proveedores (mínimo 2) que cumplen a cabalidad con el requerimiento formulado por la dependencia usuaria. De no existir pluralidad, indicar la evaluación practicada por la entidad sobre este aspecto.
- ✓ Indicar si existe pluralidad de productos (marcas) que cumplen a cabalidad con el requerimiento formulado por la dependencia usuaria (solo en caso de bienes). De no existir pluralidad, indicar la evaluación practicada por la entidad sobre este aspecto.
- ✓ Indicar si existe o no la posibilidad de distribuir la Buena Pro. En caso de ser afirmativa la respuesta, sustentar.
- ✓ Indicar si se obtuvo información que pueda utilizarse para la determinación de los factores de evaluación¹⁴. De ser afirmativa la respuesta, detallar dicha información.

b) Obras no sujetas a modalidades de ejecución contractual de llave en mano y concurso de oferta

¹³ Cuando hay más de una cosa o persona, existe una pluralidad. Por lo tanto, es un concepto cuantitativo. Se aplica normalmente en aquellas circunstancias en las que coexisten varias cosas, ideas o personas

¹⁴ Las propuestas técnica y económica se evalúan asignándoles puntajes de acuerdo a los factores y criterios que se establezcan en las Bases del proceso, así como a la documentación que se haya presentado para acreditarlos.

- ✓ Indicar si existe oferta en el mercado que permita demostrar la pluralidad de proveedores con capacidad para cumplir con los RTM relacionados al equipo mínimo y al perfil mínimo del personal. De ser así, indicar el nombre o razón social de los proveedores. De no existir pluralidad, indicar la evaluación practicada por la entidad sobre ese aspecto.
- ✓ Indicar si se obtuvo información que se pueda utilizar para la determinación de los factores de evaluación. De ser afirmativa la respuesta, detallar dicha información.
- ✓ Indicar si se obtuvo información sobre otros aspectos necesarios que tengan incidencia en la eficiencia en la contratación.

c) Obras bajo la modalidad de ejecución contractual de concurso oferta.

- ✓ Fecha de inicio y culminación del estudio de posibilidades que ofrece el mercado
- ✓ Indicar si existe pluralidad de proveedores (mínimo 2) que cumplen a cabalidad con los TDR formulado por la dependencia usuaria.
- ✓ Indicar si se obtuvo información que pueda utilizarse para la determinación de los factores de evaluación.

- ✓ Indicar si se obtuvo información sobre otros aspectos necesarios que tengan incidencia en la eficiencia en la contratación. De ser afirmativa la respuesta, detallar dicha información.

d) Obras bajo la modalidad de ejecución contractual de llave en mano que incluye la elaboración del expediente técnico

- ✓ Fecha de inicio y culminación del estudio de posibilidades que ofrece el mercado.
- ✓ Indicar si existe pluralidad de proveedores (mínimo 2) que cumplen a cabalidad con los TDR¹⁵ formulado por la dependencia usuaria.
- ✓ Indicar si se obtuvo información que pueda utilizarse para la determinación de los factores de evaluación.
- ✓ Indicar si se obtuvo información sobre otros aspectos necesarios que tengan incidencia en la eficiencia en la contratación. De ser afirmativa la respuesta, detallar dicha información.

e) Obras bajo la modalidad de ejecución contractual de llave en mano que no incluye la elaboración del expediente técnico.

- ✓ Indicar si existe oferta en el mercado que permita demostrar la pluralidad de proveedores con la capacidad para cumplir

¹⁵ Los términos de referencia se elaboran cuando el objeto de la contratación son servicios o consultorías

con los RTM relacionados al equipo mínimo, al perfil mínimo del personal y a las características del equipamiento que será montado en la obra. De ser así, indicar el nombre o razón social de los proveedores. De no existir pluralidad, indicar la evaluación practica por la Entidad sobre ese aspecto.

- ✓ Indicar si se obtuvo información que pueda utilizarse para la determinación de los factores de evaluación.
- ✓ Indicar si se obtuvo información sobre otros aspectos necesarios que tengan incidencia en la eficiencia en la contratación. De ser afirmativa la respuesta, detallar dicha información.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

CUADRO DE NIVELES DE APROBACIÓN DE CONTRATACIONES

Es el documento de gestión aprobado por la Gerencia General de la empresa que determina los niveles de aprobación para la contratación de bienes, servicios y ejecución de obras.

COMPRAS ESTATALES

Es una herramienta de uso práctico que facilite a la administración pública el cumplimiento de la Normativa de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, así como también permite a la administración pública comprar de

forma eficiente, económica y oportuna para satisfacer adecuadamente sus necesidades y cumplir con sus funciones y metas trazadas¹⁶.

CONTRATACIÓN CON EL ESTADO

Son reglas que las entidades y proveedores deben seguir con la finalidad de realizar una compra con el estado, el cual tiene como objetivo maximizar el valor del dinero del contribuyente, de modo que estas efectúen en forma oportuna y bajo las mejores condiciones de precio y calidad, a través del cumplimiento de la ley de contrataciones del Estado.

EJECUCIÓN

La ejecución presupuestaria es la fase del proceso presupuestario durante el cual se concreta el flujo de ingresos y egresos estimados en el presupuesto anual orientado al cumplimiento de los objetivos y metas previstas para el año fiscal.

EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN

Es el conjunto de documentos desde el requerimiento hasta la conformidad o liquidación final del contrato. Está compuesto por el requerimiento, que comprende las Especificaciones Técnicas, Términos de Referencia, Expediente Técnico, el Monto Estimado Referencial, las indagaciones de mercado efectuadas para su determinación, la

¹⁶ Alvarado León, Karina Merle. Gestión Pública – Compras Estatales, p. 11

disponibilidad presupuestal, referencia a la inclusión de la adquisición o contratación en el Plan Anual de Contrataciones.

GESTIÓN DE COMPRAS

La logística de entrada enmarca los procesos de suministro o abastecimiento. Los principales procesos de suministro o abastecimiento son la selección de proveedores, los procesos de adquisición, de recepción y de almacenamiento. La gestión de compras se encarga de la selección de los proveedores, así como también realizar los procesos de adquisición.

LA ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS

La estandarización de procesos, hoy en día es una herramienta que genera una ventaja competitiva para muchas organizaciones. Las exigencias que impone el mercado globalizado, han hecho cambiar la visión del mundo y de los negocios. La competitividad extrema, en la que no existen distancias ni fronteras y el hecho de que la información, ha dejado de ser resguardo seguro en sus organizaciones, para estar al alcance de todos. Provoca una enorme presión sobre las mismas, que deben flexibilizarse y encontrar nuevos mecanismos para afrontar las presiones, para innovar¹⁷.

El objetivo de crear e implementar una estrategia de estandarización es fortalecer la habilidad de la organización para agregar valor. El enfoque

¹⁷ Portal Web E-NGENIUM (2009). La estandarización de Procesos, Una Nueva Ventaja Competitiva de las Organizaciones. (En línea). Disponible en: <http://e-ngenium.blogspot.com/2009/07/la-estandarizacion-de-procesos-una.html>

básico es empezar con el proceso tal y como se realiza en el presente, crear una manera de compartirlo, documentarlo y utilizar lo aprendido.

LEY DE CONTRATACIONES DEL ESTADO (LCE)

Es un instrumento que permite a las diferentes entidades del Estado realizar contratos de bienes y servicios y para la ejecución de obras; sin embargo, nótese que sólo es un instrumento, dado que la Administración Pública en general cuenta con diferentes mecanismos contractuales y legales para adquirir y vender bienes de acuerdo a las necesidades que tenga.

PLAN

Es un instrumento de planeamiento que tiene como propósito establecer un curso de acción para lograr un gran objetivo comunal, institucional o personal.

PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES

Es la herramienta de gestión que permite prever y programar anualmente los requerimientos de bienes, servicios y obras de la empresa para el cumplimiento de sus metas y objetivos.

MODERNIZACIÓN DE LA GESTIÓN PÚBLICA

Es un proceso que debiera tener como objeto último la generación de valor público a través del incremento de la satisfacción a los ciudadanos. Dicho supuesto deberá servir de sustrato a todas las acciones que emprendidas en dicho marco se realicen en las entidades públicas.

MONTO ESTIMADO REFERENCIAL

Es el monto determinado para convocar los procesos de contrataciones de bienes, servicios u obras. Incluye todos los tributos, seguros, transporte, inspecciones, pruebas y de ser el caso, los costos laborales respectivos conforme a la legislación vigente, así como cualquier otro concepto que le sea aplicable y que pueda incidir sobre el valor de los bienes y servicios a adquirir o contratar.

ORIGINADOR

Es la dependencia que genera el requerimiento para las adquisiciones y contrataciones. Se encarga de elaborar los Términos de Referencia, Bases Técnicas y/o Proforma de Contrato.

PROGRAMACIÓN

Consiste en la provisión de un conjunto de productos (bienes y servicios que reciben sus beneficiarios), mediante el desarrollo de actividades integradas y articuladas.

SISTEMA ELECTRÓNICO DE CONTRATACIONES DEL ESTADO (SEACE)

Es el sistema electrónico desarrollado y administrado por el OSCE que permite el intercambio de información y difusión sobre las contrataciones del Estado, así como la realización de transacciones electrónicas¹⁸.

UNIDAD EJECUTORA

¹⁸ Ley de contrataciones del estado y su reglamento, p. 52

Es la dependencia encargada de llevar a cabo todas las actividades relacionadas a los procesos de adquisiciones y contrataciones. En este caso, la dependencia ejecutora es el Departamento de Logística de la empresa.

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo al propósito de la investigación, naturaleza de los problemas y objetivos formulados, el estudio reúne las condiciones suficientes para ser considerado como una investigación aplicada; en razón que para su desarrollo en la parte teórica conceptual se apoyara en conocimientos sobre investigación de mercado con la finalidad de ser aplicado en las contrataciones del estado.

3.3.2. NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación es descriptivo, explicativo y luego es aplicativo.

3.2. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método aplicado para la presente investigación es deductivo, Inductivo, síntesis y análisis.

3.2.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño a emplearse es transversal descriptivo, cuyo objetivo es la recolección de datos para indagar la presencia y el interés es describir la característica individual de cada variable:

De acuerdo al siguiente esquema:

$$M = OXrOY$$

Donde:

M : Muestra de estudio

O : Observaciones obtenidas en cada una de las variables

X : Investigación de mercado

- Y : Contrataciones del estado
r : Relación entre las variables de estudio

3.3. UNIVERSO Y MUESTRA

3.3.1. UNIVERSO DEL ESTUDIO

El universo de estudio para la investigación estuvo comprendido por todos los trabajadores de las municipalidades de la provincia de Pasco.

3.3.2. UNIVERSO SOCIAL

El Universo social quedo conformada por todos los trabajadores nombrados y contratados entre ellos: de la Alta Dirección, Órgano de Control Institucional, Procuraduría Pública Municipal, Órganos de Asesoramiento, Órganos de Apoyo, y Órganos de Línea, los mismos que se encuentran en planilla de la Municipalidad Provincial de Pasco, haciendo un total de 216¹⁹.

3.3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis para el trabajo de investigación

¹⁹ <http://www.munipasco.gob.pe/publicaciones/CAP.pdf>

estuvo conformada por los servidores de la municipalidad provincial de Pasco.

3.3.4. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de muestreo que se ha utilizado fue probabilística sistemático ya que se tuvo a toda la lista de la población y se seleccionó a los trabajadores para la muestra en forma aleatoria, utilizándose la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

Z = Margen de confiabilidad (para el caso: 95% de confiabilidad, Z = (1.96)

E = Máximo error permisible (E = 5%)

p = Proporción de éxito 0.80 igual al 80%

q = Proporción de la población que no tiene la característica de nuestro interés ($1 - 0.8 = 0.20$) = 20%

N = Tamaño de la población (N = 216 trabajadores)

Entonces **n** = 115

En consecuencia la muestra calculada fue de 115 trabajadores de la Municipalidad provincial de Pasco.

3.4. FORMULACIÓN DE HIPOTESIS

3.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Los factores de la investigación de mercado influyen significativamente en la aplicación de la ley de contrataciones del estado en la municipalidad Provincial de Pasco 2015.

3.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a)** Las cotizaciones de precio realizadas en el mercado se relaciona significativamente con el plan anual de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco.

- b) La estructura de costos del proveedor se relaciona significativamente con la determinación del valor referencial en la Municipalidad Provincial de Pasco.
- c) El nivel de comercialización de los proveedores se relaciona significativamente con el cumplimiento de los objetivos previstos en el Plan Operativo Institucional de la Municipalidad Provincial de Pasco.

3.5. IDENTIFICACION DE VARIABLES

La identificación de variables para el presente estudio se da de la siguiente manera:

Hipótesis General

Variable Independiente

X = Investigación de mercado

Variable Dependiente

Y = Contrataciones del estado

Hipótesis Específica a)

A. Variable Dependiente

- ✓ Cotizaciones de precio

B. Variable Independiente

- ✓ Plan anual de contrataciones

Hipótesis Específica b)

A. Variable Dependiente

- ✓ Estructura de costos

B. Variable Independiente

- ✓ Valor referencial

Hipótesis Específica c)

A. Variable Dependiente

- ✓ Nivel de comercialización

B. Variable Independiente

- ✓ Cumplimiento de los objetivos

3.6. OPERALIZACION DE VARIABLES E INDICADORES

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES
V.I. Investigación de mercado	Es la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios.	Se recopilan datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirve al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de los clientes.	1. Información real 2. Producto cumpla con los requerimientos 3. Tipo de producto a comprarse 4. Sistema de venta 5. Define cantidad de compra 6. Posicionamiento del mercado del proveedor 7. Cotización de precio en el mercado 8. Estructura de costos de proveedor

V.D. Contrataciones del estado	Son reglas que las entidades y proveedores deben seguir con la finalidad de realizar una compra con el estado, el cual tiene como objetivo maximizar el valor del dinero del contribuyente, de modo que estas efectúen en forma oportuna y bajo las mejores condiciones de precio y calidad, a través del cumplimiento de la ley de contrataciones del Estado.	La política de contrataciones del Estado peruano está en función de lo que establece la Ley de Contrataciones del Estado y su reglamento y supervisado por el OSCE.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinación de necesidades 2. Planificación de las compras 3. Estudio de posibilidades que ofrece el mercado 4. Valor referencial 5. Entrega oportuna 6. Bases 7. Logro de objetivos 8. Garantías
---	--	---	---

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

1.7.1 Instrumentos

Instrumento, es el soporte físico (material, carbón, etc.) que utiliza el investigador para recolectar y registrar datos o información.

Los principales instrumentos que se ha utilizado en el desarrollo de la investigación son:

- a) Cuestionario
- b) Guía de análisis documental

1.7.2 Técnicas de Recolección de Datos

Técnica de recolección de datos, es el conjunto de procedimientos organizados para recolectar datos correctos que conllevan a: medir una variable o conocer una variable.

Las principales técnicas que se ha utilizado en el desarrollo de la investigación, fueron:

- a) Encuestas
- b) Análisis Documental

3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Las técnicas de procesamiento de datos son Estadísticas descriptiva y probabilísticas.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Para aplicar las técnicas e instrumentos de recolección de datos, se procedió a elaborar el instrumento de recolección de información, validándolo de acuerdo a los procedimientos que exige el trabajo riguroso e imparcial; esto nos permite demostrar las hipótesis específicas y a través de estas la Hipótesis General, en cumplimiento a los objetivos de la investigación; detallando a continuación el desarrollo del trabajo:

1. Se elaboró previamente el instrumento de recolección de datos para su aplicación a los 115 trabajadores de la Municipalidad Provincial de Pasco.
2. Seguidamente se aplicó una Prueba Piloto con el instrumento previamente elaborado, realizando algunas correcciones, permitiéndonos calcular el tiempo que se necesitara para aplicar el cuestionario con respecto a las respuestas entre el primero y el último que entrega el cuestionario, para dicho acto se tomó a 22 personas, siendo el 10 por ciento de la población.
3. Posteriormente se validó el instrumento, y se aplicó con absoluta normalidad al número de trabajadores establecido en la muestra cumpliendo de esta forma los objetivos de la investigación.
4. El cuestionario fue aplicado a los trabajadores de la Municipalidad provincial de Pasco, mediante preguntas cerradas y agrupadas, buscando garantizar la imparcialidad de los encuestados de acuerdo a la unidad de análisis.

4.2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

A continuación presentamos el resultado del trabajo de campo de la investigación capítulo se presenta la demostración de la hipótesis de investigación del trabajo intitulado ““INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y LA APLICACIÓN DE LA LEY DE CONTRATACIONES DEL ESTADO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PASCO - 2015”, pasando a detallar los objetivos formulados:

- a) ¿Cómo influye las cotizaciones de precio realizadas en el mercado en el plan anual de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco?

- b) ¿Cómo influye la estructura de costos del proveedor en la determinación del valor referencial en la Municipalidad Provincial de Pasco?

- c) ¿Cómo influye el nivel de comercialización de los proveedores en el cumplimiento de los objetivos previstos en el Plan Operativo Institucional de la Municipalidad Provincial de Pasco?

Mediante los logros obtenidos en el desarrollo de cada objetivo específico, nos conducen al cumplimiento del objetivo general de la investigación; ya que cada objetivo específico constituye un apartado

en el análisis y consecuentemente nos permitirá contrastar la hipótesis de trabajo para aceptarla o rechazarla, de acuerdo al alto grado de significación.

Para obtener la información se solcito una reunión con el jefe de Recursos Humanos de la Municipalidad provincial de Pasco dándole a conocer los objetivos y beneficios de éste trabajo y así obtener la autorización para realizar de la investigación, la cual fue concedida en forma verbal.

La presentación de datos se muestra en tablas simples, el análisis se hizo en base a los datos obtenidos, y se utilizó el estadístico del Ji cuadrado a través del Software SPSS Versión 22 para una prueba no paramétrica, denominado así porque se utiliza especialmente para variables cualitativas, esto es, variables que carecen de unidad y por lo tanto sus valores no pueden expresarse numéricamente. Los valores de estas variables son categorías que solo sirven para clasificar los elementos del universo de estudio.

- I. **Respecto a la actividad laboral donde se desempeñan los trabajadores, se tiene:**

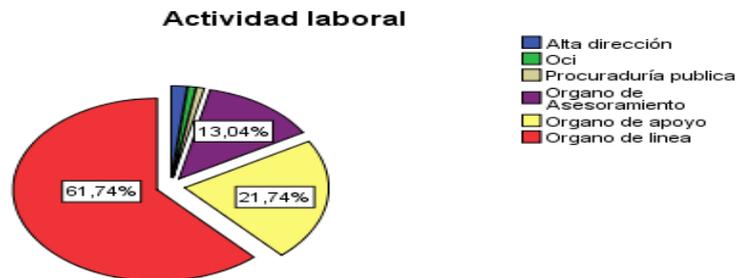
Cuadro 1

Actividad laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alta dirección	2	1,7	1,7	1,7
	Oci	1	,9	,9	2,6
	Procuraduría publica	1	,9	,9	3,5
	Organo de Asesoramiento	15	13,0	13,0	16,5
	Organo de apoyo	25	21,7	21,7	38,3
	Organo de linea	71	61,7	61,7	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 1



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar la encuesta demuestra que el 61,67% labora en el órgano de línea, el 21,7% en el órgano de apoyo, en tanto un 13% en el órgano de asesoramiento, 1,7% en la alta dirección y con 0,9% en Oficina de Control Institucional y Procuraduría pública respectivamente.

II. Respecto a la Investigación de Mercado, responda cada una de las preguntas marcando en el recuadro al que corresponda

1. ¿Se cuenta con información real de los proveedores?

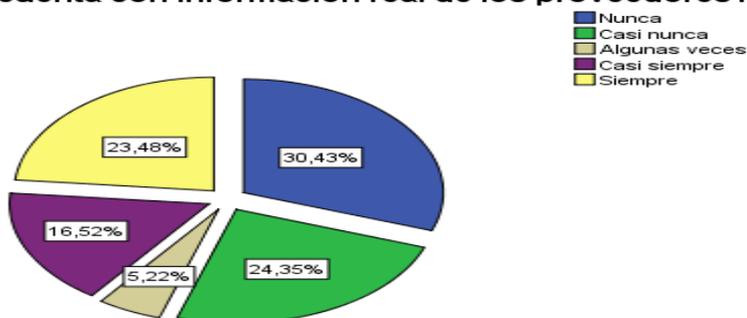
Cuadro 2
¿Se cuenta con información real de los proveedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	35	30,4	30,4	30,4
	Casi nunca	28	24,3	24,3	54,8
	Algunas veces	6	5,2	5,2	60,0
	Casi siempre	19	16,5	16,5	76,5
	Siempre	27	23,5	23,5	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 2

¿Se cuenta con información real de los proveedores?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 31% del personal encuestado considera que nunca se cuenta con información real de los proveedores, mientras que un 5% opina que algunas veces y un 24% considera que siempre se cuenta con información real de los proveedores.

2. ¿Los productos que ofrecen los proveedores cumplen con los requerimientos?

Cuadro 3

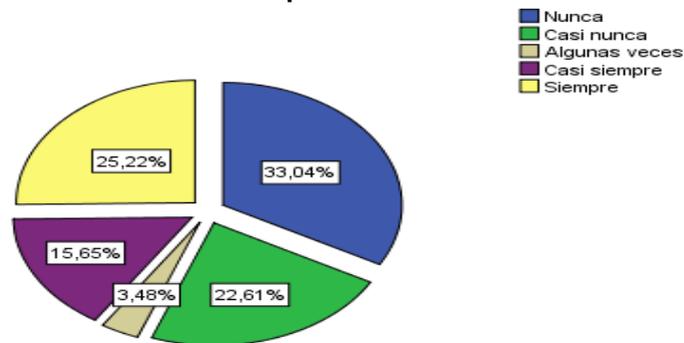
¿Los productos que ofrecen los proveedores cumplen con los requerimientos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	38	33,0	33,0	33,0
	Casi nunca	26	22,6	22,6	55,7
	Algunas veces	4	3,5	3,5	59,1
	Casi siempre	18	15,7	15,7	74,8
	Siempre	29	25,2	25,2	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 3

¿Los productos que ofrecen los proveedores cumplen con los requerimientos?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 33% del personal encuestado considera que nunca los productos que ofrecen los proveedores cumplen con los requerimientos, mientras que un 4% opina que algunas veces y un 26% considera que siempre los productos que ofrecen los proveedores cumplen con los requerimientos.

3. ¿Los proveedores cuentan con diversos tipos de productos a comprarse?

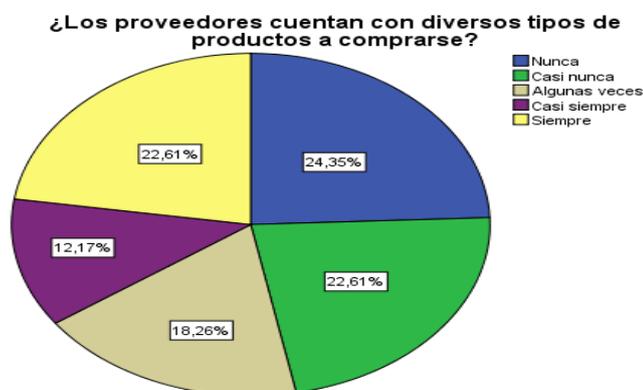
Cuadro 4

¿Los proveedores cuentan con diversos tipos de productos a comprarse?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	28	24,3	24,3	24,3
	Casi nunca	26	22,6	22,6	47,0
	Algunas veces	21	18,3	18,3	65,2
	Casi siempre	14	12,2	12,2	77,4
	Siempre	26	22,6	22,6	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 4



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 25% del personal encuestado considera que nunca los proveedores cuentan con diversos tipos de productos a comprarse, mientras que un 19% opina que algunas veces y un 23% considera que siempre los proveedores cuentan con diversos tipos de productos a comprarse.

4. ¿El sistema de venta de los proveedores es favorable para el municipio?

Cuadro 5

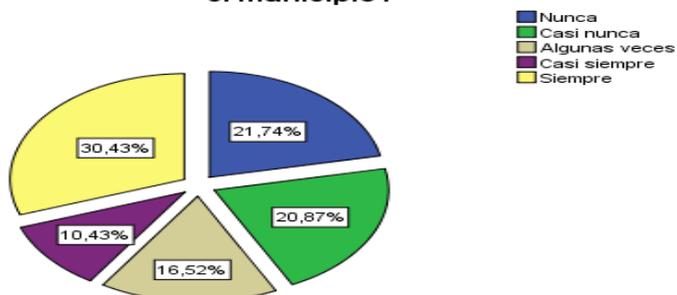
¿El sistema de venta de los proveedores es favorable para el municipio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	25	21,7	21,7	21,7
Casi nunca	24	20,9	20,9	42,6
Algunas veces	19	16,5	16,5	59,1
Casi siempre	12	10,4	10,4	69,6
Siempre	35	30,4	30,4	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 5

¿El sistema de venta de los proveedores es favorable para el municipio?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 31% del personal encuestado considera que siempre el sistema de venta de los proveedores es favorable para el municipio, mientras que un 17% opina que algunas veces y un 22% considera que nunca el sistema de venta de los proveedores es favorable para el municipio.

5. ¿Los proveedores ingresan la cantidad requerida en la compra?

Cuadro 6

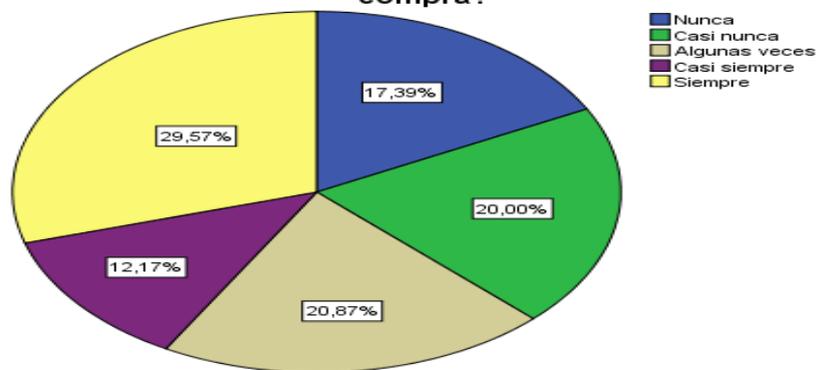
¿Los proveedores ingresan la cantidad requerida en la compra?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	17,4	17,4	17,4
	Casi nunca	23	20,0	20,0	37,4
	Algunas veces	24	20,9	20,9	58,3
	Casi siempre	14	12,2	12,2	70,4
	Siempre	34	29,6	29,6	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 6

¿Los proveedores ingresan la cantidad requerida en la compra?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 30% del personal encuestado considera que siempre los proveedores ingresan la cantidad requerida en la compra, mientras que un 21% opina que algunas veces y un 18% considera que nunca los proveedores ingresan la cantidad requerida en la compra.

6. ¿El proveedor está posicionado en el mercado?

Cuadro 7

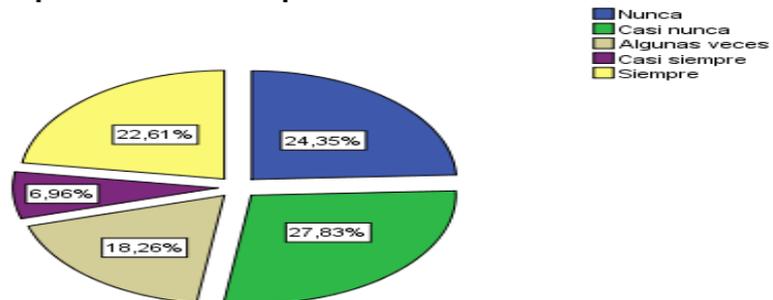
El proveedor está posicionado en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	28	24,3	24,3	24,3
	Casi nunca	32	27,8	27,8	52,2
	Algunas veces	21	18,3	18,3	70,4
	Casi siempre	8	7,0	7,0	77,4
	Siempre	26	22,6	22,6	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 7

¿El proveedor está posicionado en el mercado?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 25% del personal encuestado considera que nunca el proveedor está posicionado en el mercado, mientras que un 18% opina que algunas veces y un 24% considera que nunca los proveedores están posicionados en el mercado.

7. ¿Se realiza la cotización de precios de bienes o servicios en el mercado?

Cuadro 8

¿Se realiza la cotización de precios de bienes o servicios en el mercado?

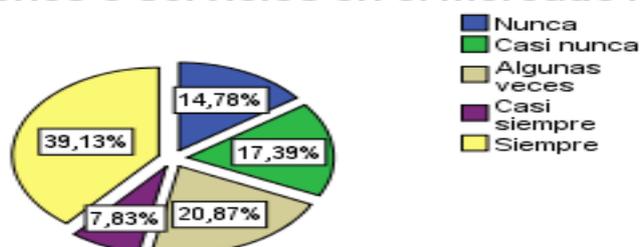
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	14,8	14,8	14,8
	Casi nunca	20	17,4	17,4	32,2
	Algunas veces	24	20,9	20,9	53,0
	Casi siempre	9	7,8	7,8	60,9
	Siempre	45	39,1	39,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

Grafico 8

¿Se realiza la cotización de precios de bienes o servicios en el mercado?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 39% del personal encuestado considera que siempre se realiza la cotización de precios de bienes o servicios en el mercado, en tanto que un 21% opina que algunas veces y un 15% considera que nunca se realiza la cotización de precios de bienes o servicios en el mercado.

8. ¿Es favorable para la Municipalidad la estructura de costos del proveedor?

Cuadro 9

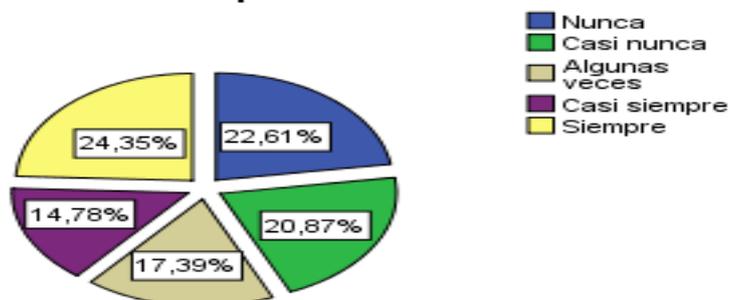
¿Es favorable para la Municipalidad la estructura de costos del proveedor?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	26	22,6	22,6	22,6
Casi nunca	24	20,9	20,9	43,5
Algunas veces	20	17,4	17,4	60,9
Casi siempre	17	14,8	14,8	75,7
Siempre	28	24,3	24,3	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 9

¿Es favorable para la Municipalidad la estructura de costos del proveedor?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 24% del personal encuestado considera que siempre es favorable para la Municipalidad la estructura de costos del proveedor, en tanto que un 17% opina que algunas veces y un 23% considera que nunca es favorable para la Municipalidad la estructura de costos del proveedor.

III. Respecto a las *contrataciones del estado*, respuesta cada una de las preguntas marcando en el recuadro al que corresponda

1. ¿La determinación de las necesidades están elaborados en términos de cantidad, calidad y especificaciones técnicas?

Cuadro 10

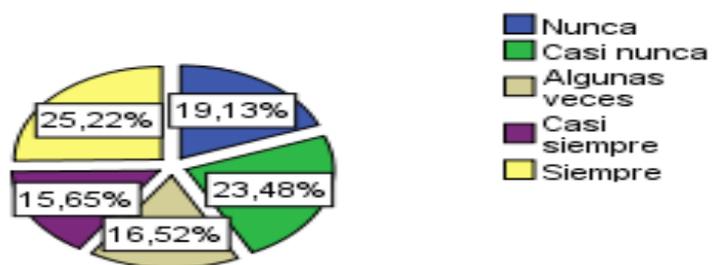
¿La determinación de las necesidades están elaborados en términos de cantidad, calidad y especificaciones técnicas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	22	19,1	19,1	19,1
	Casi nunca	27	23,5	23,5	42,6
	Algunas veces	19	16,5	16,5	59,1
	Casi siempre	18	15,7	15,7	74,8
	Siempre	29	25,2	25,2	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Gráfico 10

¿La determinación de las necesidades están elaborados en términos de cantidad, calidad y especificaciones técnicas?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 25% del personal encuestado considera que siempre se determinan las necesidades, en tanto que un 16% opina que algunas veces y un 19% considera que nunca se determinan las necesidades en términos de calidad, cantidad y especificaciones técnicas.

2. ¿Se programa y asigna presupuesto en la elaboración del PAC?

Cuadro 11

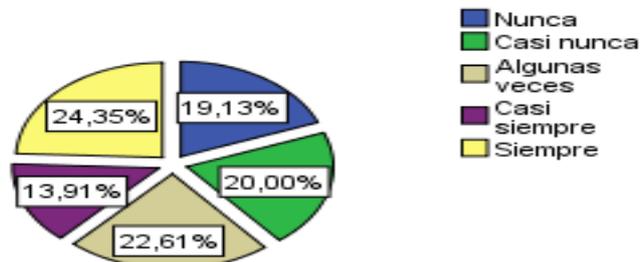
¿Se programa y asigna presupuesto en la elaboración del PAC?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	22	19,1	19,1	19,1
	Casi nunca	23	20,0	20,0	39,1
	Algunas veces	26	22,6	22,6	61,7
	Casi siempre	16	13,9	13,9	75,7
	Siempre	28	24,3	24,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 11

¿Se programa y asigna presupuesto en la elaboración del PAC?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 24% del personal encuestado considera que siempre se programa y asigna presupuesto en la elaboración del PAC, en tanto que un 23% opina que algunas veces y un 19% considera que nunca se programa y asigna presupuesto en la elaboración del PAC.

3. ¿Se realiza el estudio de posibilidades que ofrece el mercado, para conocer la pluralidad de marca y realizar ajustes a las características técnicas?

Cuadro 12

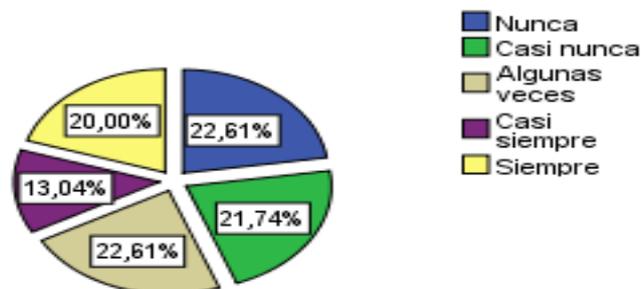
¿Se realiza el estudio de posibilidades que ofrece el mercado, para conocer la pluralidad de marca y realizar ajustes a las características técnicas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	26	22,6	22,6	22,6
Casi nunca	25	21,7	21,7	44,3
Algunas veces	26	22,6	22,6	67,0
Casi siempre	15	13,0	13,0	80,0
Siempre	23	20,0	20,0	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Gráfico 12

¿Se realiza el estudio de posibilidades que ofrece el mercado, para conocer la pluralidad de marca y realizar ajustes a las características técnicas?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 23% del personal encuestado considera que nunca se realiza el estudio de posibilidades que ofrece el mercado, en tanto que un 23% opina que algunas veces y un 20% considera que siempre se realiza el estudio de mercado para conocer la pluralidad de marca y realizar ajustes a las características técnicas.

4. ¿El valor referencial se elabora teniendo en cuenta mínimo 2 fuentes?

Cuadro 13

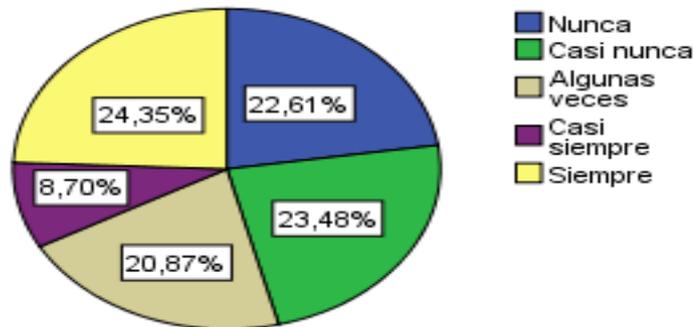
¿El valor referencial se elabora teniendo en cuenta mínimo 2 fuentes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	26	22,6	22,6	22,6
	Casi nunca	27	23,5	23,5	46,1
	Algunas veces	24	20,9	20,9	67,0
	Casi siempre	10	8,7	8,7	75,7
	Siempre	28	24,3	24,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 13

¿El valor referencial se elabora teniendo en cuenta mínimo 2 fuentes?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 24% del personal encuestado considera que siempre el valor referencial se elabora teniendo en cuenta mínimo dos fuentes, en tanto que un 21% opina que algunas veces y un 23% considera que nunca el valor referencial se elabora teniendo en cuenta mínimo dos fuentes.

5. ¿Los proveedores entregan en forma oportuna los bienes o servicios ofertados?

Cuadro 14

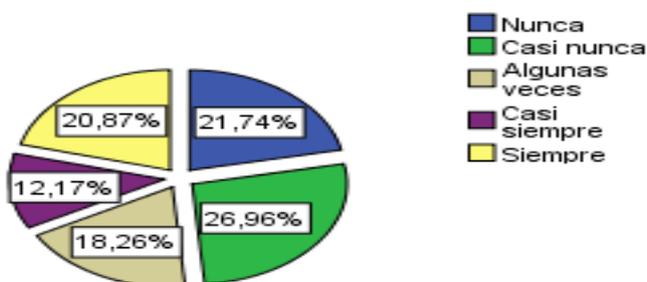
¿Los proveedores entregan en forma oportuna los bienes o servicios ofertados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	25	21,7	21,7	21,7
	Casi nunca	31	27,0	27,0	48,7
	Algunas veces	21	18,3	18,3	67,0
	Casi siempre	14	12,2	12,2	79,1
	Siempre	24	20,9	20,9	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Gráfico 14

¿Los proveedores entregan en forma oportuna los bienes o servicios ofertados?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 22% del personal encuestado considera que nunca los proveedores entregan en forma oportuna los bienes o servicios ofertados, en tanto que un 18% opina que algunas veces y un 21% considera que siempre los proveedores entregan en forma oportuna los bienes o servicios ofertados.

6. ¿En las bases están establecidas las condiciones mínimas para la selección y contratación?

Cuadro 15

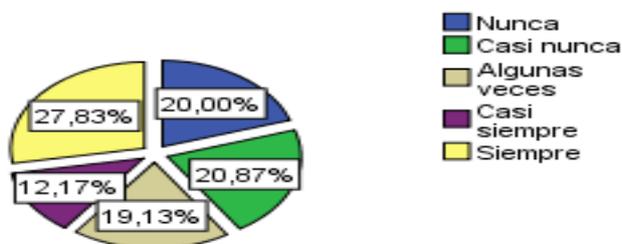
¿En las bases están establecidas las condiciones mínimas para la selección y contratación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	20,0	20,0	20,0
	Casi nunca	24	20,9	20,9	40,9
	Algunas veces	22	19,1	19,1	60,0
	Casi siempre	14	12,2	12,2	72,2
	Siempre	32	27,8	27,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 15

¿En las bases están establecidas las condiciones mínimas para la selección y contratación?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 28% del personal encuestado considera que siempre en las bases están establecidas las condiciones mínimas para la selección y contratación, en tanto que un 19% opina que algunas veces y un 20% considera que nunca en las bases están establecidas las condiciones mínimas para la selección y contratación.

7. ¿Las contrataciones en el municipio permiten lograr los objetivos institucionales?

Cuadro 16

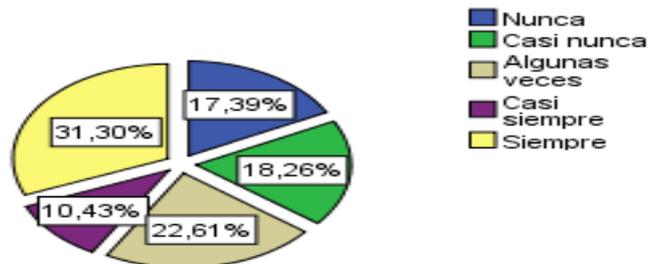
¿Las contrataciones en el municipio permiten lograr los objetivos institucionales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	17,4	17,4	17,4
	Casi nunca	21	18,3	18,3	35,7
	Algunas veces	26	22,6	22,6	58,3
	Casi siempre	12	10,4	10,4	68,7
	Siempre	36	31,3	31,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Grafico 16

¿Las contrataciones en el municipio permiten lograr los objetivos institucionales?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 31% del personal encuestado considera que siempre las contrataciones en el municipio permiten lograr los objetivos, en tanto que un 23% opina que algunas veces y un 17% considera que nunca las contrataciones en el municipio permiten lograr los objetivos.

8. ¿Las contrataciones en la municipalidad garantizan la ejecución de las garantías?

Cuadro 17

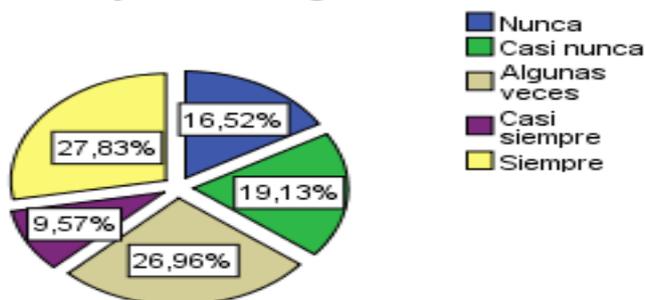
¿Las contrataciones en la municipalidad garantizan la ejecución de las garantías?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	19	16,5	16,5	16,5
	Casi nunca	22	19,1	19,1	35,7
	Algunas veces	31	27,0	27,0	62,6
	Casi siempre	11	9,6	9,6	72,2
	Siempre	32	27,8	27,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia

Gráfico 17

¿Las contrataciones en la municipalidad garantizan la ejecución de las garantías?



INTERPRETACIÓN: Como se puede observar el 28% del personal encuestado considera que siempre las contrataciones en la municipalidad garantizan la ejecución de las garantías, en tanto que un 27% opina que algunas veces y un 17% considera que nunca las contrataciones en la municipalidad garantizan la ejecución de las garantías.

4.3. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

4.3.1 CONTRASTACIÓN PARA PROBAR LA INDEPENDENCIA DE LAS VARIABLES

Para contrastar las hipótesis planteadas se utilizó la prueba de Ji Cuadrada, los datos para el análisis se encuentran clasificados en forma categórica. La prueba no paramétrica Ji cuadrada es adecuada porque permite utilizarse con variables cualitativas como en este trabajo de investigación.

Para demostrar la Hipótesis General, debemos realizar la prueba de hipótesis de cada uno de las específicas, para ello realizaremos a continuación:

HIPÓTESIS GENERAL

Los factores de la investigación de mercado influyen significativamente en la aplicación de la ley de contrataciones del estado en la municipalidad Provincial de Pasco 2015.

HIPOTESIS A:

H₀: Las cotizaciones de precio realizadas en el mercado NO se relacionan significativamente con el plan anual de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco.

H₁: Las cotizaciones de precio realizadas en el mercado se relacionan significativamente con el plan anual de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco.

¿Se realiza la cotización de precios de bienes o servicios en el mercado?* ¿La determinación de las necesidades están elaborados en términos de cantidad, calidad y especificaciones técnicas? tabulación cruzada

Recuento

		¿La determinación de las necesidades están elaborados en términos de cantidad, calidad y especificaciones técnicas?					Total
		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	
¿Se realiza la cotización de precios de bienes o servicios en el mercado?	Nunca	6	5	2	2	2	17
	Casi nunca	1	15	0	2	2	20
	Algunas veces	5	2	10	4	3	24
	Casi siempre	1	1	0	4	3	9
	Siempre	9	4	7	6	19	45
Total		22	27	19	18	29	115

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	64,378 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	59,509	16	,000
Asociación lineal por lineal	11,891	1	,001
N de casos válidos	115		

a. 17 casillas (68,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,41.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. **Suposiciones:** La muestra fue obtenida de manera aleatoria simple.

2. **Estadístico de prueba:** es

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_i} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

3. **Distribución del estadístico de prueba,** cuando H_0 es verdadera. X^2 sigue una distribución aproximada de ji cuadrado con $(5-1)(5-1) = 16$ grados de libertad.

4. **Regla de decisión:** A un nivel de significancia de 0.05, rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de X^2 es mayor o igual a 26.30 que representa al valor del X^2 tabular.

5. **Calculo del estadístico de prueba:** al desarrollar la formula tenemos:

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_i} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))} = 64,378$$

6. **Decisión estadística:** Dado que $64,378 > 26.30$, se rechaza la Hipótesis nula.

7. **CONCLUSION:**

Existe suficiente evidencia estadísticas a un nivel de Significancia de 0.05, para concluir que las cotizaciones de precio realizadas en el mercado se relacionan significativamente

con el plan anual de contrataciones del estado en la
Municipalidad provincial de Pasco.

HIPOTESIS B:

H₀: La estructura de costos del proveedor NO se relaciona significativamente con la determinación del valor referencial en la Municipalidad Provincial de Pasco.

H₁: La estructura de costos del proveedor se relaciona significativamente con la determinación del valor referencial en la Municipalidad Provincial de Pasco.

¿Es favorable para la Municipalidad la estructura de costos del proveedor?* ¿Se programa y asigna presupuesto en la elaboración del PAC? tabulación cruzada

Recuento

		¿Se programa y asigna presupuesto en la elaboración del PAC?					Total
		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	
¿Es favorable para la Municipalidad la estructura de costos del proveedor?	Nunca	12	3	7	1	3	26
	Casi nunca	2	13	3	3	3	24
	Algunas veces	2	5	4	0	9	20
	Casi siempre	3	0	3	11	0	17
	Siempre	3	2	9	1	13	28
Total		22	23	26	16	28	115

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	91,660 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	81,966	16	,000
Asociación lineal por lineal	15,432	1	,000
N de casos válidos	115		

a. 16 casillas (64,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,37.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. **Suposiciones:** La muestra fue obtenida de manera aleatoria simple.

2. **Estadístico de prueba:** es

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

3. **Distribución del estadístico de prueba,** cuando H_0 es verdadera. X^2 sigue una distribución aproximada de ji cuadrado con $(5-1)(5-1) = 16$ grados de libertad.

4. **Regla de decisión:** A un nivel de significancia de 0.05, rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de X^2 es mayor o igual a 26.30 que representa al valor del X^2 tabular.

5. **Calculo del estadístico de prueba:** al desarrollar la formula tenemos:

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))} = 91,660$$

6. **Decisión estadística:** Dado que $91,660 > 26.30$, se rechaza la Hipótesis nula.

7. **CONCLUSION:**

Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, para concluir que la estructura de costos del proveedor se relaciona significativamente con la

determinación del valor referencial en la Municipalidad Provincial de Pasco.

HIPOTESIS C:

H₀: El nivel de comercialización de los proveedores NO se relaciona significativamente con el cumplimiento de los objetivos previstos en el Plan Operativo Institucional de la Municipalidad Provincial de Pasco.

H₁: El nivel de comercialización de los proveedores se relaciona significativamente con el cumplimiento de los objetivos previstos en el Plan Operativo Institucional de la Municipalidad Provincial de Pasco.

¿El sistema de venta de los proveedores es favorable para el municipio?*¿Las contrataciones en el municipio permiten lograr los objetivos institucionales? tabulación cruzada

Recuento

		¿Las contrataciones en el municipio permiten lograr los objetivos institucionales?					Total
		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	
¿El sistema de venta de los proveedores es favorable para el municipio?	Nunca	8	2	3	4	8	25
	Casi nunca	2	8	5	1	8	24
	Algunas veces	4	3	8	1	3	19
	Casi siempre	1	0	4	3	4	12
	Siempre	5	8	6	3	13	35
Total		20	21	26	12	36	115

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	27,321 ^a	16	,083
Razón de verosimilitud	28,542	16	,061
Asociación lineal por lineal	,682	1	,409
N de casos válidos	115		

a. 16 casillas (64,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,25.

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

- 1. Suposiciones:** La muestra fue obtenida de manera aleatoria simple.
- 2. Estadístico de prueba:** es

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))}$$

- 3. Distribución del estadístico de prueba,** cuando H_0 es verdadera. X^2 sigue una distribución aproximada de ji cuadrado con $(5-1)(5-1) = 16$ grados de libertad.
- 4. Regla de decisión:** A un nivel de significancia de 0.05, rechazar la hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de X^2 es mayor o igual a 26.30 que representa al valor del X^2 tabular.
- 5. Calculo del estadístico de prueba:** al desarrollar la formula tenemos:

$$\sum_{i=1}^F \sum_{j=1}^C \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim \chi^2_{((F-1)(C-1))} = 27.321$$

6. Decisión estadística: Dado que $27.318 > 26.30$, se rechaza la Hipótesis nula.

7. CONCLUSION:

Existen suficientes evidencias estadísticas a un nivel de significancia de 0.05, para concluir que, el nivel de comercialización de los proveedores se relaciona significativamente con el cumplimiento de los objetivos previstos en el Plan Operativo Institucional de la Municipalidad Provincial de Pasco.

Las Hipótesis específicas demostradas hacen referencia a la Hipótesis General planteada en este trabajo de investigación.

CONCLUSIONES

1. Las cotizaciones de precio realizadas en el mercado influyen significativamente a un nivel de significancia de 0.05 en el plan anual de contrataciones del estado en la municipalidad provincial de Pasco, debido a que los precios permiten contar con información adecuada y oportuna para la toma de decisiones.
2. La estructura de costos del proveedor influye significativamente a un nivel de significancia de 0.05 en la determinación del valor referencial en la municipalidad provincial de Pasco, siendo este el costo estimado y aprobado por la municipalidad para la adquisición de bienes y prestación en base a los precios de mercado.
3. El nivel de comercialización de los proveedores influyen significativamente a un nivel de significancia de 0.05 en el cumplimiento de los objetivos previstos en el plan operativo institucional de la municipalidad Provincial de Pasco, en este caso se aprecia que los proveedores cuentan con productos en condiciones y adecuadas vías de distribución para de esta forma garantizar el cumplimiento de las metas.
4. De acuerdo a los resultados de la investigación, podemos afirmar que la información real de los proveedores, productos con cumplimiento de requerimientos, proveedores que cuentan con diversos tipos de productos, proveedores que ingresan al almacén la

cantidad requerida en la compra, proveedor que se encuentra posicionado en el mercado y cuenta con una estructura favorable son factores de la investigación de mercado que influyen en la aplicación de la ley de contrataciones del estado en la Municipalidad Provincial de Pasco.

RECOMENDACIONES

Para la municipalidad:

1. Actualizar periódicamente la base de datos de los proveedores, teniendo en cuenta el cumplimiento de contrato, entrega de bienes o servicios, inhabilitación en el Registro Nacional de Proveedores, experiencia.
2. El valor referencial debe realizarse de acuerdo al precio de mercado.
3. En cuanto se refiere a los niveles de comercialización están deben ser adecuadamente analizadas teniendo en cuenta lugar y fechas de entregas de los bienes o servicios.
4. Capacitar a los servidores de la municipalidad en investigación de mercados y la aplicación de la ley de contrataciones del estado

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

1. Aguilar Álvarez de Alba, Alfonso. Elementos de Mercadotecnia
2. AMA: American Marketing Association. Dictionary of marketing terms. 2 da ed, editorial meter d. bernett, MA, Chicago, 1995
3. Aaker, David A. Day, George. Investigación de Mercado- México: McGraw- Hill Interamericana, S.A. 1989
4. Betancourt, José R. Estrategias en las nuevas tecnologías, ediciones t.g. red, tercera edición, 2004
5. Córdova Baldeón, Isaac. (2014). El informe de investigación Cuantitativa (1ª ed.). Perú Editorial San Marcos
6. Córdova Baldeón, Isaac. (2009). Estadística aplicada a la investigación (1ª ed.). Perú. Editorial San Marcos.
7. Druker, Peter: Planeación estratégica: la habilidad empresarial, editorial pionero. Vol 1. Edición pirámide SA.1975
8. Escobar, Díaz, Zuleidy: Folleto de estudio de Marketing.2000.
9. Grande, Idelfonso; Abascal, Elena: Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Madrid: editorial ESIC, 1990.
10. Green, E.P, Tull,S.D and Albaum, G. Research for Marketing. Decisiones. 5ta Edición. Prentice- hall, Englewood cliffs. New jersey.1988

11. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill Interamericana.
12. Investigación de mercado. Curso Práctico de Mercadotecnia McGraw- Hill.
13. Kotler, Phillip. Dirección de mercadotecnia: / Phillip Kotler.-México: 2da edición. Editorial diana, 1974
14. Kotler, Phillip. Dirección de Marketing: Análisis, planeación y control /Phillip Kotler.- México: (s.n), 2002.
15. Kinnear, T.C y Taylor, J.R "investigación de mercado. un enfoque aplicado". Mcgraw-Hill, Colombia, 1993.
16. Kinner, Thomas. Investigación de Mercado. Mcgraw-Hill, Colombia, 1994
17. Lockleys, Lawrence. History and Development of marketing research/ Lawrence Lockleys. New york: Mac Graw- hill, 1974.
18. Lambin, Jacques. Marketing estratégico/ Jacques Lambin. México: editorial MC Graw-Hill, 1991.
19. PINO GOTUZZO, Raúl (2006). "Metodología de la Investigación". Perú. Editorial San Marcos.
20. Ortega Martínez, Enrique: El nuevo diccionario de Marketing. Madrid: Editorial ESIC, 1990.
21. Stanton, W.J. fundamentos de marketing, ediciones del Castillo Madrid, 1969.

LEYES

1. República de Perú (2013): Organismo Superior de las Contrataciones del estado, Resolución Nro 270-2013-OSCE/PRE que aprueba la Directiva “Disposiciones sobre el contenido del Resumen Ejecutivo del estudio de posibilidades que ofrece el mercado”. El Peruano 10 agosto 2013.
2. República de Perú (2012): Ley N° 29873 “Ley que modifica el Decreto Legislativo 1017 que aprueba la ley de contrataciones del estado”. El Peruano 04 de julio de 2008.
3. República de Perú (2008): Ley N° 1017 “Ley de Contrataciones del estado”. El Peruano 01 de junio de 2010.

FUENTES ELECTRÓNICAS:

1. Kinnear – Taylor (2012). Investigación de mercados, un enfoque aplicado. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/202396573/Kinnear-Taylor-Investigacin-de-mercados-un-enfoque-aplicado-pdf>
2. Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (2015). Recuperado de <http://portal.osce.gob.pe/osce/>
3. Municipalidad provincial de Pasco (2011). Cuadro para Asignación de Personal - 2011. Recuperado de <http://www.munipasco.gob.pe/publicaciones/CAP.pdf>.

4. Huancauqui Rodríguez, Edith y Ireijo Mitsuta, Carlos. Expediente de contratación (2015). Recuperado de: <http://www.osce.gob.pe/consucode/userfiles/image/cap2m2a.pdf>
5. Revista Derecho & Sociedad (2015). "Perú – Compras: Ilusión Infundada de un Sistema Público de Compras Eficiente". Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad>
6. Que es una investigación de mercado (2002). Agencia para el desarrollo de la nueva empresa. Recuperado de: www.sba.gov, 8 de abril del 2006.

ANEXOS

CUESTIONARIO

Sr (Srta). A continuación le presentamos la encuesta para ejecutar la investigación sobre “Investigación de mercado y la aplicación de la Ley de Contrataciones del Estado en la Municipalidad Provincial De Pasco - 2015” y tiene por finalidad conocer su apreciación en forma anónima. Por ello mucho le agradeceremos se sirva responder con mayor objetividad las preguntas siguientes:

1. Primeramente llene sus datos referenciales de usted

EDAD : _____

Sexo : masculino () Femenino ()

Estado Civil: Soltero () Casado () Conviviente () Divorciado ()
Viudo ()

Grado de Estudio : Primaria () Secundaria () Superior ()

Usted pertenece a la actividad laboral:

ACTIVIDAD LABORAL	Marque con una (X)
Alta Dirección	
Órgano de Control Institucional	
Procuraduría Pública Municipal	
Órganos de Asesoramiento	
Órganos de Apoyo	
Órganos de Línea	

2. Respecto a la **Investigación de Mercado**, responda cada una de las preguntas marcando en el recuadro al que corresponda

- | |
|------------------|
| 1. Nunca |
| 2. Casi nunca |
| 3. Algunas veces |
| 4. Casi siempre |
| 5. Siempre |

PREGUNTA	1	2	3	4	5
2.1 ¿Se cuenta con información real de los proveedores?					
2.2 ¿Los productos que ofrecen los proveedores cumplen con los requerimientos?					
2.3 ¿Los proveedores cuentan con diversos tipos de productos a comprarse?					
2.4 ¿El sistema de venta de los proveedores es favorable para el municipio?					
2.5 ¿Los proveedores ingresan la cantidad requerida en la compra?					
2.6 ¿El proveedor está posicionado en el mercado?					
2.7 ¿Se realiza la cotización de precios de bienes o servicios en el mercado?					
2.8 ¿Es favorable para la Municipalidad la estructura de costos del proveedor?					

3. Respecto a las **contrataciones del estado**, responda cada una de las preguntas marcando en el recuadro al que corresponda

- | |
|------------------|
| 1. Nunca |
| 2. Casi nunca |
| 3. Algunas veces |
| 4. Casi siempre |
| 5. Siempre |

PREGUNTA	1	2	3	4	5
3.1 ¿La determinación de las necesidades están elaborados en términos de cantidad, calidad y especificaciones técnicas?					
3.2 ¿Se programa y asigna presupuesto en la elaboración del PAC?					
3.3 ¿Se realiza el estudio de posibilidades que ofrece el mercado, para conocer la pluralidad de marca y realizar ajustes a las características técnicas?					
3.4 ¿El valor referencial se elabora teniendo en cuenta mínimo 2 fuentes?					
3.5 ¿Los proveedores entregan en forma oportuna los bienes o servicios ofertados?					

3.6 ¿En las bases están establecidas las condiciones mínimas para la selección y contratación?					
3.7 ¿Las contrataciones en el municipio permiten lograr los objetivos institucionales?					
3.8 ¿Las contrataciones en la municipalidad garantizan la ejecución de las garantías?					